Deutscher Bundestag **Drucksache 17/7286**

17. Wahlperiode 21. 10. 2011

Zweiter Zwischenbericht

der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“*

Medienkompetenz

* Eingesetzt durch Beschluss des Deutschen Bundestages vom 4. März 2010 (Bundestagsdrucksache 17/950).

Inhaltsverzeichnis

Seite

Einleitung 4

1 Bestandsaufnahme 5

1.1 Aufgabenstellung 5
1.1.1 Grundverständnis 5
1.1.2 Begriff der Medienkompetenz 5

1.2 Bestandsaufnahme 6
1.2.1 Medienkompetenz-Projekte und -Initiativen 6
1.2.2 Medienkompetenz-Forschung 7

2 Leitfragen und Zielvorstellungen 7

2.1 Aktuelle Leitfragen 7
2.1.1 Werte und Leitbilder 8
2.1.2 Chancen interaktiver Medien 8
2.1.3 Risiken interaktiver Medien 11
2.1.3.1 Risiken durch Interaktion mit anderen Nutzern 11
2.1.3.2 Risiken durch beeinträchtigende Inhalte und Programme 12
2.1.3.3 Mediensucht und Prävention 13
2.1.3.4 Strukturelle Defizite 14

3 Jugendschutz 15

3.1 Status quo des gesetzlichen Jugendmedienschutzes 15

3.2 Leitbild: Verhältnis von Jugend(medien)schutz und Medienkompetenz 16

3.3 Leitbild: Gesetzlicher Jugendschutz zwischen Schutzanspruch und Praktikabilität 16

3.4 Die Rolle von Altersstufen 17
3.4.1 Offline-Bereich/Jugendschutzgesetz 17
3.4.2 Online-Bereich/Jugendmedienschutz-Staatsvertrag 17
3.4.3 Internationale Probleme 18

3.5 Überlegungen zur Weiterentwicklung des technischen Jugendschutzes 18
3.5.1 Selbstklassifizierung 18
3.5.2 Jugendschutzprogramme und die Rolle der Eltern 19
3.5.3 Die Anerkennungsproblematik 19

4 Zielgruppen der Vermittlung von Medienkompetenz 20

4.1 Kinder im vorschulischen Alter 20

4.2 Schülerinnen und Schüler 20

4.3 Studierende 22

4.4 Pädagogische Lehrkräfte 22

4.5 Hochschullehrende 23

Seite

4.6 Eltern . . . 24
4.7 Menschen mit Migrationshintergrund . . . 25
4.8 Menschen mit Behinderungen . . . 26
4.9 Seniorinnen und Senioren . . . 27
4.10 Journalistinnen/Journalisten und Multiplikatoren . . . 29
4.11 Erwerbslose . . . 30
4.12 Berufstätige . . . 31

5 Handlungsempfehlungen und weitergehende Leitfragen . . . 31
5.1 Generelles . . . 31
5.2 Zielvorstellungen . . . 31
5.3 Medienkompetenz-Projekte und -Initiativen . . . 33
5.4 Medienkompetenz-Forschung . . . 36
5.5 Weitergehende Leitfragen . . . 36

6 Sondervoten und Ergänzungen . . . 38

Anlagen

1 Projekte, Initiativen und Institutionen im Bereich der Medienkompetenz . . . 40
2 Öffentliche Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft . . . 51

Literatur- und Quellenverzeichnis . . . 52

Mitglieder der Projektgruppe Medienkompetenz der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft . . . 57

Einleitung

Medienkompetenz – ist das mehr als nur eines der unzähligen „Buzzwords“, die in der Netzpolitik regelmäßig kommen und gehen? Medienkompetenz wird von manchen belächelt, von anderen als die Lösung aller Probleme angesehen, von Bildungschancen bis zum Jugendschutz der Neuzeit. Ein Thema also, das intensiv aufgeladen ist.

Dabei wurde viel erreicht: Unsere Recherche hat gezeigt, dass es eine schier unendliche Menge toller Projekte und Initiativen in Sachen Medienkompetenz gibt. All denen, die hier – teilweise seit vielen, vielen Jahren – tätig sind: Hut ab und danke für das tolle Engagement!

Aber wie kann es sein, dass trotz all dieser Initiativen immer wieder der Eindruck entsteht, es müsse noch viel mehr in Sachen Medienkompetenz getan werden?

Zum einen mag dies daran liegen, dass Medienkompetenz die einzig verbliebene Antwort auf viele komplexe Fragestellungen ist. Dies betrifft vor allem den Jugendschutz: Mit technischen Mitteln, ob Sperren oder Jugendschutzprogrammen, ist heute kein Jugendlicher mehr davon abzuhalten, für ihn ungeeignete Inhalte im Internet abzurufen. Am Ende sind die Jugendlichen häufig schlau genug, viele technische Sperren zu umgehen. Daher spricht sich die EnqueteKommission nicht nur für entsprechende Elternhinweise bei Jugendschutzprogrammen aus, um vor dem Fehlglauben zu warnen, dass allein die Installation eines Jugendschutzprogramms alle Herausforderungen löse.

Doch wenn technische Lösungen nicht helfen, was dann? Die Kommission war sich einig, dass Kinder und Jugendliche auch weiter vor besonders grausamen Darstellungen geschützt werden müssen, denn der Schmerz solch heftiger Emotionen lässt sich alleine durch Verstandesarbeit nicht kompensieren. Was ist daher angezeigt? Verantwortung. Verantwortung der Eltern. Diese ist durch nichts zu ersetzen. Doch bei der Erfüllung des Erziehungsauftrags tun sich nicht wenige Eltern schwer, wenn es um die zahlreichen technischen Fragen geht. Daher muss sich Medienkompetenz noch viel mehr als bisher an Eltern richten und Hilfe zur Erziehung sein. Dies gilt auch für die neuen Herausforderungen des Jugendschutzes, wie Cyberbullying, sexuelle Anmache, Abzocke, Identitätsklau…

Doch Medienkompetenz bedeutet nicht nur das Abwenden von Risiken, sondern auch die Wahrnehmung von Chancen – vor allem der zahlreichen Bildungschancen. Jedoch hat unsere Arbeit ergeben, dass auch im Jahr 2011 die Nutzung von Computern und Internet in den Schulen immer noch unzureichend ist. Ein Problem, das uns häufig wie die Frage nach der Henne und dem Ei geschildert wurde: Wieso Lehrer qualifizieren, wenn doch keine PC-Ausstattung vorhanden sei und warum in Hardware investieren, wenn es doch keine ausreichende Lehrerqualifizierung gibt?

Der Lösungsvorschlag der Enquete-Kommission ist ein ganz zentraler Punkt: Es sollen nicht mehr die Schulen, sondern die Schüler ausgestattet werden. Jede Schülerin und jeder Schüler soll einen eigenen Laptop oder einen eigenen Tablet-PC bekommen preisgünstig produziert in großen Losen und unterstützt durch staatliche Mittel. Wenn erst jeder Schüler seinen (Lern-)Computer mit in den Unterricht bringt, werden alle Beteiligten dazu gezwungen sein, sich mit dem Internet auseinander zu setzen. Und so die Bildungschancen des Netzes fächerübergreifend zu nutzen.

Die sind nur einige Schlaglichter auf einen umfangreichen Bericht, der vor allem für Praktiker geschrieben ist und konkrete Vorschläge präsentiert. Am Ende stehen aber neben den Handlungsempfehlungen auch neue Leitfragen: Wo fordert das Internet ein Umdenken ein? Nicht zuletzt finden sich in einem sehr umfangreichen Anhang zahlreiche tolle Projekte und Initiativen als Best-practice-Modelle.

Am Ende bleibt mir als Projektgruppenvorsitzendem noch der Dank. Dies gilt ganz besonders den Experten, die mit sehr viel Engagement das Gelingen erst möglich gemacht haben. Ein großer Dank gilt aber ebenso denjenigen, die über enquetebeteiligung.de viele gute Vorschläge eingebracht haben, die sich auch in den Handlungsempfehlungen wiederfinden. Viele Diskussionen mit anfangs scheinbar unvereinbaren Positionen wurden so lange und intensiv geführt, dass oftmals am Ende eine gemeinsame Linie gefunden wurde. Für dieses konstruktive Arbeitsklima danke ich allen Beteiligten!

Thomas Jarzombek, MdB (CDU/CSU)

Vorsitzender der Projektgruppe Medienkompetenz der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft

1 Bestandsaufnahme

1.1 Aufgabenstellung

1.1.1 Grundverständnis

Im Bereich Medienkompetenz versteht die Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft ihre Aufgabe in folgender Weise:

– Die Kommission erkennt an, dass es in der Bundesrepublik bereits eine Vielzahl wertvoller Initiativen gibt, die in ganz unterschiedlicher Trägerschaft (kommunal, auf Landes- und auf Bundesebene, mit staatlicher Unterstützung oder ohne, im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, unter Beteiligung der Wirtschaft oder rein zivilgesellschaftlich organisiert) erfolgreich an der Förderung von Medienkompetenz arbeiten.

– Die Enquete-Kommission ist zwar in ihrer Beobachtungsbreite nicht auf die Gesetzgebungs- und Verwaltungskompetenzen des Bundes beschränkt, hat aber als Kommission des Deutschen Bundestages naturgemäß einen Fokus auf die bundesweite Situation und entsprechende Handlungsoptionen gelegt. Sie konzentriert sich dem Einsetzungsbeschluss folgend ausschließlich auf internetbasierte Kommunikation. In diesem Sinne ist ihr Blick einerseits enger (nicht alle Medien), andererseits aber auch weiter (nicht nur klassische Medien) gefasst, als traditionelle Betrachtungen von Medienkompetenz dies ermöglichen. Im Ergebnis versucht die Enquete-Kommission, in erster Linie dort konkrete Handlungsempfehlungen zu geben, wo positive Folgen für die Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz erwartet werden können.

– Kompetenz wird grundsätzlich überall dort zum Thema, wo sie nicht hinreichend vorhanden ist. Während bisher das Hauptaugenmerk insbesondere auf Kindern und Jugendlichen lag, hat nicht zuletzt die öffentliche Expertenanhörung der Enquete-Kommission zum Thema „Medienkompetenz“ im Dezember 2010 gezeigt, dass gerade diese Zielgruppe mit interaktiven Medien aufwächst und oft höhere technische Kompetenzen besitzt als erwachsene Nutzer. Zwar genügen technische Kompetenzen allein nicht, sie sind aber dennoch die Grundlage für das Verstehen der neuen Medien und die Auseinandersetzung mit ihnen. Es stellt sich – neben der Betrachtung von Kindern und Jugendlichen – somit auch die Frage, inwieweit unterschiedliche Gruppen von Erwachsenen die nötigen Kompetenzen besitzen, das Potenzial des Internets für sich optimal selbstständig zu erschließen.

– Die Enquete-Kommission ist sich bewusst, dass ein enger Zusammenhang zwischen Aktivitäten des Jugendmedienschutzes und der Medienkompetenzförderung besteht. So geht es auch im Jugendmedienschutz nicht nur um die Abwehr von Gefahren, sondern – vielleicht sogar vorrangig – darum, jedem Menschen die Chance zu geben, neue kommunikative Möglichkeiten für die eigene Lebensgestaltung so produktiv wie möglich nutzen zu können.

Medienkompetenz ist ein in der politischen wie auch in der wissenschaftlich-fachlichen Diskussion äußerst prominenter, aber ebenso normativ geladener, höchst unterschiedlich verwendeter und relativ vager Begriff.[1] Die Überlegungen im Folgenden dienen dazu, ihn für die Arbeit der Enquete-Kommission handhabbar zu machen, adäquate Problembeschreibungen zu ermöglichen und entsprechende Lösungsoptionen zu entwickeln.

1.1.2 Begriff der Medienkompetenz

In einem ersten Zugriff kann Medienkompetenz als die Fähigkeit zum „richtigen“, „angemessenen“ Umgang mit Medien und somit als Schlüsselqualifikation in der modernen Gesellschaft angesehen werden.[2] Damit wird deutlich, dass der Begriff mit dem Bezug auf den „richtigen“ Umgang auch ein normatives Element enthält, das etwa eine Untersuchung von Medienkompetenz voraussetzungsvoll macht.

Medienkompetenz wird in der wissenschaftlichen Diskussion keineswegs reduziert auf technisch-manuelle Fertigkeiten verstanden, sondern bezeichnet eine Spannbreite von kognitiven, affektiven und konativen (also das Denken, Fühlen und Handeln betreffende) Fähigkeiten, die ein medienkompetentes Individuum aufweisen sollte.[3] Dazu gehören beispielsweise das Lesen von Texten, die Kenntnis technischer Zusammenhänge, das Wissen um ökonomische oder rechtliche Strukturen von Medien, aber auch die Fähigkeit, auf einer Social-Media-Plattform ein Konto einzurichten und kritisch zu hinterfragen, welche Auswirkungen dies auf die eigene Persönlichkeit haben kann.[4]

Die bei der Informations- und Wissensbeschaffung sowie bei gesellschaftlicher Teilhabe nötige Selbständigkeit hinsichtlich der Filterung (von der sinnvollen Suchanfrage bis zur sinnvollen Auswahl) und die Notwendigkeit, hierbei lebenslang mit den sich stetig wandelnden Formen neuer Medien Schritt zu halten, machen auf ein Problem des Begriffs Medienkompetenz aufmerksam: Diese Kompetenz ist keine, die einmal für immer erworben wird, sondern sie muss auf dauernder Fortbildung beruhen. Die Einführung von Begriffen wie „Medienbildung“ oder des internationalen Terminus „media literacy“, also der Betonung des Verstehens von Medien, scheint deshalb geboten.

Medienbildung beschreibt den Prozess, in dem die verschiedenen Akteure auf unterschiedlichen Ebenen und ihr jeweils spezifischer Beitrag zur Entwicklung von Medienkompetenz erfasst werden. Im Bericht der Experten-

---

[1] vgl.: Jarren, Otfried/Wassmer, Christian: Medienkompetenz – Begriffsanalyse und Modell. medien + erziehung, Heft 03/2009, S. 46–51.

[2] vgl.: Gapski, Harald (Hrsg.): Medienkompetenz. Eine Bestandsaufnahme und Vorüberlegungen zu einem systemtheoretischen Rahmenkonzept. Wiesbaden: 2001.

[3] vgl.: Groeben, Norbert: Anforderungen an die theoretische Konzeptualisierung von Medienkompetenz. In: Groeben, Norbert/Hurrelmann, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim: 2002, S. 11–22.

[4] vgl.: Jarren, Otfried/Wassmer, Christian: a. a. O., S. 47.

kommission des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Medienbildung vom März 2009 heißt es dazu: „Der Begriff der Medienkompetenz wird in der Öffentlichkeit inflationär und oft verkürzt verwendet. Als wissenschaftliche Disziplinen haben sich insbesondere Medienpädagogik und (Medien-)Informatik mit durchaus auch unterschiedlichen Konzepten zur Medienkompetenz geäußert.“ Deshalb „tritt die Expertenkommission für eine umfassende Sicht auf Medienbildung ein“ und legt sich zudem auf diesen weiter gefassten Begriff fest.[5]

Neue Typen kommunikativer Angebote stellen die Frage nach den „angemessenen“ Medienkompetenzen immer wieder neu, was sich aktuell sehr stark an den Phänomenen des Social Web demonstrieren lässt. Hier rufen die Nutzerinnen und Nutzer Informationen nicht nur viel stärker als bei anderen Angeboten ab, sondern haben auch die Möglichkeit, für unterschiedliche Zwecke selbst Informationen einzustellen. Das spricht möglicherweise neue Handlungsdimensionen an, die in der Wissenschaft etwa als Identitätsmanagement, Beziehungsmanagement und Informationsmanagement bezeichnet werden.[6]

Es existieren in der Wissenschaft zahlreiche Versuche, den Begriff der Medienkompetenz auszudifferenzieren. Nach dem Bielefelder Modell von *Baacke*[7] gibt es vier Dimensionen von Medienkompetenz:

- Medienkritik,
- Mediennutzung,
- Medienwissen und
- Mediengestaltung.

Das Modell von *Groeben*[8] unterscheidet etwas differenzierter in folgende Dimensionen:

- Medienwissen/Medialitätsbewusstsein,
- medienspezifische Rezeptionsmuster,
- medienbezogene Genussfähigkeit,
- medienbezogene Kritikfähigkeit,
- Selektion/Kombination von Mediennutzung,
- (produktive) Partizipationsmuster und Anschlusskommunikation.

Darauf aufbauend schlagen *Jarren* und *Wassmer*[9] vor, die Kompetenz im Hinblick auf erstens das Medium selbst, zweitens sich selbst und drittens andere Individuen beziehungsweise Gruppen zu differenzieren. Daraus folgt ein Drei-Ebenen-Modell der Medienkompetenz, das sich in

- instrumentelle Medienkompetenz (bezogen auf die Tätigkeit),
- reflexive Medienkompetenz (bezogen auf die Persönlichkeit) und
- Vermittlungskompetenz (sozial bezogen)

gliedert.

Unter instrumenteller Medienkompetenz wird zum einen die Fähigkeit verstanden, Medien zur Befriedigung der eigenen Bedürfnisse zu nutzen, zum anderen aber auch das Vermögen, sich in die Mediengesellschaft als vollwertiges Mitglied einzubringen und an der Ausgestaltung aktiv – individuell oder in Gruppen – zu partizipieren. Unter reflexiver Medienkompetenz verstehen die Autoren die Fähigkeit, die eigene Medienrezeption und die damit verbundenen Konsequenzen selbstkritisch zu hinterfragen. Vermittlungskompetenz wiederum beinhaltet die Fähigkeit der aktiven Vermittlung dieser Kompetenzen an Dritte. Insofern ist Medienkompetenz eine Prozesskategorie, die immer wieder neu erworben wird. Gleichzeitig muss sie aber auch stets neu und in unterschiedlichen sozialen Kontexten vermittelt werden.[10]

Für die Untersuchung von Handlungsbedarfen scheint eine Unterscheidung hilfreich, die sich an Überlegungen anlehnt, die eine Arbeitsgruppe im Rahmen von *UK Digital* in Kooperation mit dem britischen Medien- und Telekommunikations-Regulierer Ofcom im Jahr 2009 veröffentlicht hat.[11] Dabei werden folgende Ebenen unterschieden:

- Möglichkeit: Dazu gehören vor allem die technischen Voraussetzungen einer Inklusion in die Informationsgesellschaft.
- Fähigkeit: Hier sind die Aneignung und Weiterentwicklung von Fähigkeiten angesprochen, die in unterschiedlichen Lebenslagen benötigt werden.
- Aktivität: Damit werden die Kompetenzen adressiert, die eine aktive Nutzung ermöglichen.

Für diese Ebenen kann jeweils nach den Anforderungen bestimmter Gruppen, entsprechend nach Defiziten und schließlich nach Fördermöglichkeiten gefragt werden.

1.2 Bestandsaufnahme

1.2.1 Medienkompetenz-Projekte und -Initiativen

Zur Förderung der Medienkompetenz existiert in der Bundesrepublik bereits eine Fülle an überregionalen und

---

[5] zit. nach: Bericht der Expertenkommission des BMBF zur Medienbildung: Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit. März 2009, S. 2f.

[6] vgl.: Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: 2009.

[7] vgl.: Baacke, Dieter: Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. In: Medien praktisch, Heft 2/1996, S. 4–10.

[8] vgl.: Groeben, Norbert: a. a. O., S. 11–22.

[9] vgl.: Jarren, Otfried/Wassmer, Christian: a. a. O., S. 46–51.

[10] Überblick über weitere Vorschläge zu Kompetenzdimensionen bei: Gapski, Harald (Hrsg.): Medienkompetenzen messen? Verfahren und Reflexionen zur Erfassung von Schlüsselkompetenzen. München/Düsseldorf: 2006, S. 17.

[11] vgl.: Ofcom/UK Digital: Report of the Digital Britain Media Literacy Working Group. March 2009.

regionalen Angeboten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Sie werden weitgehend durch öffentliche Gelder, zum Teil auch durch EU-Mittel finanziert. Im Anhang sind beispielsweise die medienpädagogischen Projekte und Angebote der Landesmedienanstalten und die von ihnen genannten Schwerpunktaktivitäten in den jeweiligen Bundesländern aufgeführt sowie auch entsprechende Initiativen des Bundes und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.[12]

Weiterhin sei an dieser Stelle verwiesen auf die langjährige Arbeit der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur,[13] auf die Initiative D21[14] und auf den „Bericht über Möglichkeiten zur Stärkung der Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen, Eltern sowie Fachkräften in Schulen und in der Kinder- und Jugendarbeit" der ressortübergreifenden Arbeitsgruppe Medienkompetenz mit Vertretern der Innenministerkonferenz und weiterer Fachministerkonferenzen sowie Experten vom März 2010.[15]

1.2.2 Medienkompetenz-Forschung

Konzentriert man sich auf den Bereich der Kinder und Jugendlichen und hier wiederum auf Erkenntnisse zur Mediennutzung als Grundlage für alle weiteren Überlegungen zu notwendigen Kompetenzen, kann für die Bundesrepublik der positive Befund vermeldet werden, dass mit den regelmäßigen Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest eine kontinuierlich aktualisierte Datengrundlage zur Verfügung gestellt wird. Dies geschieht in Form der *KIM-Studie* für Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren und der *JIM-Studie*, die die Zwölf- bis 19-Jährigen in den Blick nimmt. In diesen Erhebungen werden auch Computer- und Internetnutzung sowie die Nutzung möglicher Endgeräte gezielt abgefragt.

Das Wissen über die Internetnutzung im internationalen Vergleich steht im Mittelpunkt des EU-geförderten Projekts *EU Kids Online*, das sich insbesondere auch mit negativen Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen im Internet auseinandersetzt und so mögliche Felder für Kompetenzförderung aufzeigen kann.

Bislang liegen nur relativ wenige Studien vor, die empirisch versuchen, die Medien im Umgang und unter dem Gesichtspunkt der Kompetenz zu erfassen.[16] Zwar hat die Medienkompetenz-Forschung Faktoren identifiziert, die den kompetenten Umgang mit Medien beeinflussen.[17] Es ist aber zu beobachten, dass viele Faktoren in beide Richtungen wirken können – sich sowohl hemmend als auch förderlich interpretieren lassen. Naheliegenderweise gehören zu diesen Faktoren das Alter, ebenso auch der sozioökonomische Status, die Bildung und das Geschlecht. Pauschal lässt sich sagen, je älter ein Mensch ist und je geringer sein Bildungshintergrund, desto weniger werden mediale Möglichkeiten genutzt, was sich wiederum auch auf andere Kompetenzbereiche auswirkt.[18]

Wegen der gesellschaftlich-praktischen Bedeutung von Medienkompetenz spielen bei der Forschung auch Förderungen der Landesmedienanstalten und von Ministerien (neben der klassischen Forschungsförderung etwa der Deutschen Forschungsgemeinschaft) eine Rolle. Daraus kann allerdings – mit der gebotenen Vorsicht – auch eine Tendenz abgeleitet werden, Forschung eher problembezogen und phänomenorientiert zu konzipieren. Vor diesem Hintergrund werden Forschungslücken beobachtet, die sich auf Langzeitstudien beziehen.

Darüber hinaus ist zu erkennen, dass empirische Studien oftmals zu heterogenen Ergebnissen führen, was in der politischen und rechtlichen Diskussion manchmal zu dem – voreiligen – Schluss verleitet, die Wissenschaft könnte hier keine Erkenntnisse liefern. Es existieren ferner viele Untersuchungen, die unmittelbar in medienpädagogischen Handlungsempfehlungen münden. Insbesondere Untersuchungen der Landesmedienanstalten enthalten diese oftmals als ein integrales Element.

2 Leitfragen und Zielvorstellungen

2.1 Aktuelle Leitfragen

Mittelfristige Trends im Medienbereich beeinflussen die Diskussion um Medienkompetenz in vielfacher Weise. Sie können neue Kompetenzen als relevant erscheinen lassen, die Konzepte der Umsetzung beeinflussen oder sogar dazu führen, dass Leitbilder der Medienkompetenz überdacht werden.

---

[12] vgl.: Anlage 1 „Projekte, Initiativen und Institutionen im Bereich der Medienkompetenz" erstellt aus den erbetenen Zuschriften zuständiger Institutionen der Bundesländer und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Sonderdruck „Medienkompetenz. Förderung, Projekte und Initiativen der Landesmedienanstalten" aus: ALM-Jahrbuch 2009/2010. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland, Augsburg: 2010.

[13] vgl.: http://www.gmk-net.de

[14] vgl.: http://www.initiatived21.de

[15] vgl.: Arbeitsgruppe Medienkompetenz: Bericht über Möglichkeiten zur Stärkung der Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen, Eltern sowie Fachkräften in Schulen und in der Kinder- und Jugendarbeit. Ressortübergreifende Arbeitsgruppe Medienkompetenz mit Vertretern der Innenministerkonferenz, Justizministerkonferenz, Jugend- und Familienministerkonferenz, Arbeit- und Sozialministerkonferenz, Kultusministerkonferenz und weiteren Experten. März 2010.

[16] vgl.: Treumann, Klaus Peter/Baacke, Dieter/Haacke, Kirsten/Hugger, Kai-Uwe/Vollbrecht, Ralf: Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern. Unter Mitarbeit von Oliver Kurz. Opladen: 2002 und Treumann, Klaus Peter/Meister, Dorothee M./Sander, Uwe et al.: Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Kompetenzmodell. Wiesbaden: 2007.

[17] vgl.: Livingstone, Sonia/van Couvering, Elizabeth/Thumim, Nancy: Adult Media Literacy. A review of the research literature. On behalf of Ofcom. 2005, London. Online abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/aml.pdf

[18] vgl.: Süss, Daniel/Lampert, Claudia/Wijnen, Christien: Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: 2010.

Zu den wichtigen gegenwärtigen Trends gehören die folgenden:

– Mobilität. Die ortsunabhängige Internetnutzung insbesondere durch Smartphones steigt stetig an. Damit werden kommunikative Angebote ständig verfügbar und aus traditionellen sozialen Nutzungskontexten herausgelöst.

– Aktivität. Die unter dem Stichwort Web 2.0 diskutierten sozialen Medien wie Vernetzungsplattformen oder Portale zum Hochladen von Inhalten, aber auch die vielfältigen Formen von Computerspielen haben die Mediennutzung verändert. Sie ist vielfach nicht rezeptiv-passiv, sondern gestalterisch-aktiv geworden.

– Community-Orientierung und Vernetzung. Die aktuellen populären Internetangebote sind mit der Bildung von Gruppen und Gemeinschaften verbunden, die gerade – aber nicht nur – für Kinder und Jugendliche einen hohen Reiz bieten. Zwischen die im engeren Sinne privaten Sphären und die durch Massenmedien konstruierte Öffentlichkeit treten private Öffentlichkeiten, die Nutzer für sich gestalten können.

Alle diese Entwicklungen bergen sowohl Potenziale als auch Risiken. Insofern sind sie für die Diskussion über Medienkompetenz relevant.

2.1.1 Werte und Leitbilder

Die Enquete-Kommission sieht das Ziel ihrer Arbeit darin, dazu beizutragen, die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für den Erwerb von Medienkompetenz zu optimieren. Im Ergebnis soll der Einzelne befähigt und darin gestärkt werden, Medien – insbesondere die interaktiven – selbstbestimmt, kompetent und souverän zu nutzen. Dies schließt explizit auch die Fähigkeit ein, selbst Inhalte zu produzieren und zu verbreiten. Zu welchem Zweck und in welchem Umfang Menschen Medien nutzen, obliegt dabei allein der freien Entscheidung des Individuums.

Als Ziel hat die Enquete-Kommission daher die aufgeklärten Nutzerinnen und Nutzer im Blick, die sich beispielsweise durch kreatives Schaffen der Medien bedienen und dabei verantwortungsvoll mit eigenen persönlichen Daten und respektvoll mit den Daten anderer Nutzer in den Medien umgehen. Die Enquete-Kommission betrachtet die Nutzer interaktiver Medien ausdrücklich mehrdimensional: als Sender und Empfänger, als Konsumenten und Produzenten, als Wissende und Lernende.

Die Enquete-Kommission versteht Medienkompetenz zudem als Mündigkeit des Nutzers gegenüber dem Medium. Auf individueller Ebene bedeutet das eine aktive Arbeit des Einzelnen mit den Medien. Es geht hierbei einerseits um die kritische Rezeption von Informationen und andererseits um die kreative Produktion von Medieninhalten. Insofern betrachtet die Kommission die Befähigung zum Erstellen und Verbreiten von Inhalten als einen zentralen Aspekt der Medienkompetenz.

Die Enquete-Kommission versteht Medienkompetenz aber auch als Sozialkompetenz. Medien bilden auf dieser gesellschaftlichen Ebene ein soziales Referenzsystem. Dieses ermöglicht es dem Individuum, komplexe gesellschaftliche Prozesse zu erfassen und sozial verantwortlich zu handeln.[19]

2.1.2 Chancen interaktiver Medien

Interaktive Medien bieten vielfältige Potenziale, bergen aber auch spezifische Risiken für die unterschiedlichen Nutzergruppen. Dabei differiert naturgemäß die Bewertung – je nachdem, ob eine Eigeneinschätzung des Endnutzers oder eine Fremdbewertung, zum Beispiel durch Eltern oder Erzieher, vorgenommen wird.

Stellenwert internetbasierter Kommunikation

Als Ausgangserkenntnis ist für die Enquete-Kommission von besonderer Bedeutung, dass Kinder und Jugendliche selbst das Internet in erster Linie als nicht mehr wegzudenkende Bereicherung sowie als hilfreiches Instrument im gesellschaftlichen wie auch im Lernalltag begreifen. Anders ausgedrückt: Das Internet ist für Kinder und Jugendliche zur Normalität geworden. Entsprechend dominieren Positiverfahrungen sowie die Forderung nach stärkerer Einbeziehung des Alltagsmediums Internet in das Schul- und Ausbildungsumfeld die Bewertung und Erwartungshaltung von Kindern und Jugendlichen.

Wesentliche Erkenntnisse zur Nutzung interaktiver Medien durch Kinder und Jugendliche stammen aus den Langzeitprojekten des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest, den Studien *KIM* (Kinder + Medien, Computer + Internet) und *JIM* (Jugend, Information, (Multi-)Media).[20] Darüber hinaus wurden 2010 die ersten Ergebnisse der europaweiten Untersuchung *EU Kids Online II* mit mehr als 23 000 befragten Kindern und Jugendlichen im Alter zwischen neun und 16 Jahren aus 25 europäischen Staaten veröffentlicht.[21] Auch der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) veröffentlicht regelmäßig Studien zur Internetnutzung verschiedener Bevölkerungsgruppen, zuletzt die Untersuchung *Jugend 2.0.*[22]

Die genannten Studien zeigen beispielsweise, dass Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren im Jahr 2010 durchschnittlich 138 Minuten täglich im Internet verbrachten (*JIM 2010*). Auch die Jüngeren sind zunehmend im Netz: Nach Schätzung der befragten Haupterzie-

[19] Sondervotum der Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN sowie der Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz, Alvar Freude und Annette Mühlberg: „Medienkompetenz umfasst auch das Wissen um die (soziale) normensetzende Kraft von Informationstechnik, das Wissen um das Ineinandergreifen von Technik, Recht und Ökonomie sowie um (technische) Kontrollmechanismen. Diese Kenntnisse dienen dem persönlichen Umgang mit den Informations- und Kommunikationstechniken und sind Voraussetzung für die verantwortungsvolle Gestaltung von IT-Infrastrukturen, Arbeitsorganisation und die Einführung von Software.“

[20] vgl.: http://www.mpfs.de/index.php?id=192 (für *KIM*) und http://www.mpfs.de/index.php?id=181 (für *JIM*)

[21] vgl.: http://www.eukidsonline.de

[22] Die Studienergebnisse sind zusammengefasst unter: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf. Dort finden sich insbesondere auch Einzelheiten zu den Abstufungen zwischen einzelnen Altersgruppen.

her verbringen die Sechs- bis 13-Jährigen durchschnittlich 24 Minuten pro Tag im Internet. Ein Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen will gar nicht mehr auf den Computer und das Internet verzichten (*KIM 2010*). Die aktuelle *KIM-Studie* zeigt, dass die Bedeutung des Internets mit steigendem Alter zunimmt. So ist bei den jüngeren Kindern bislang noch das Fernsehen das Medium, auf das sie am wenigsten verzichten wollen. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen hingegen liegt in diesem Zusammenhang das Internet knapp vorn.

Die Umfrage *Jugend 2.0* des BITKOM bestätigt und differenziert diese Befunde:

– 43 Prozent der Kinder und Jugendlichen gaben an, sich ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellen zu können. In der Gruppe der 16- bis 18-Jährigen sagten dies sogar 55 Prozent.

– 98 Prozent der Jugendlichen sind in besonderem Maße Freundschaften wichtig, für 96 Prozent ist es die Familie, 86 Prozent sagen dies vom Internetzugang.

– Der Internetzugang ist Jugendlichen damit fast genauso wichtig wie beispielsweise gute Schulnoten (93 Prozent).

Diese Ergebnisse belegen, dass Kinder und Jugendliche das Internet inzwischen als normales Instrument ihres Alltags begreifen. Dementsprechend prägt auch Normalität die Bewertung der Chancen und Gefahren. Exemplarisch für den unaufgeregten Umgang damit drückte es ein junger Internetnutzer im Rahmen eines Kongresses beim Workshop *Das Internet in Kinderaugen* mit Nutzerinnen und Nutzern des kindgerechten Angebots fragFINN so aus: „Internet ist nix Besonderes, ist aber o.k.“[23]

Sowohl die *JIM-Studien* als auch *EU Kids Online* belegen, dass Kinder und Jugendliche das Internet am häufigsten für Schularbeiten und zum Lernen nutzen. So heißt es in der *JIM-Studie 2010*: „Bei der Nutzung von Computer und Internet für Schule und Freizeit steht das zu Hause Lernen bzw. für die Schule Arbeiten für knapp die Hälfte der Jugendlichen an erster Stelle.“[24] Auch im Rahmen der Untersuchung *EU Kids Online* gaben 84 Prozent der Befragten an, das Internet für die Schule zu nutzen.

Konkret befragt nach positiven Erfahrungen mit dem Internet ergab sich in der BITKOM-Studie *Jugend 2.0* folgendes Bild:

– 64 Prozent der Kinder und Jugendlichen gaben an, dass sie ihr Wissen dank des Internets verbessern konnten.

– 38 Prozent stimmten der Aussage zu, dass sie durch das Internet die eigenen Leistungen in der Schule beziehungsweise in der Ausbildung verbessern konnten.

– 28 Prozent haben über das Internet neue Freunde kennengelernt.

Aber auch über negative Erfahrungen mit dem Internet geben die Untersuchungen Auskunft. So berichtet jede/r vierte Jugendliche, dass im Freundeskreis schon einmal jemand im Internet „fertig gemacht“ wurde (*JIM 2010*). Allerdings zeigen die Befragungen auch, dass die Gefahrenwahrnehmungen der Jugendlichen und die der Eltern vom öffentlichen Diskurs abweichen. Jugendliche verweisen der *JIM-Studie 2010* zufolge eher auf Themen wie Abzocke und Datenmissbrauch/-manipulation oder Viren als beispielsweise auf sexuelle Ansprache im Netz.

Eine andere BITKOM-Studie namens *Connected Worlds*[25] untersuchte im März 2010 das Zusammenwachsen der Lebens- und Technikwelten der Deutschen. Hier standen anders als bei der Untersuchung *Jugend 2.0* auch die Erwachsenen und Senioren im Fokus der Erhebung. Die Ergebnisse waren markant:

– 58 Prozent der befragten Gesamtbevölkerung können sich ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellen; für die 14- bis 29-Jährigen ist es sogar das wichtigste Medium (86 Prozent).

– 62 Prozent gaben an, durch die Nutzung des Internets ihre Allgemeinbildung verbessert zu haben; 51 Prozent sagten dies über ihre berufliche Bildung.

– 44 Prozent konnten über das Internet berufliche Kontakte knüpfen, 57 Prozent Freundschaften auffrischen und 46 Prozent ihre Freizeit/Hobbys bereichern.

– 48 Prozent der Internetnutzer gaben an, vor einem größeren Kauf entsprechende Bewertungen anderer Verbraucher zu Rate zu ziehen, bei den Surfern ab 65 Jahren sind es 65 Prozent.

Deutlich wurde in der Studie auch, dass die Mehrheit der Befragten (72 Prozent der Männer und 70 Prozent der Frauen) noch keine negativen Erfahrungen im Internet gemacht hat: Sexuellen Belästigungen, Beleidigungen, Lügen oder Mobbing waren bislang nur wenige Nutzerinnen und Nutzer ausgesetzt.

Die Untersuchung zeigt zudem, dass aktuell 62 Prozent der 50- bis 64-Jährigen online sind. Bei den Seniorinnen und Senioren über 65 Jahren ist jedoch nur jeder Dritte (32 Prozent) im Internet aktiv. Das bedeutet, dass die Erwachsenengeneration inzwischen durchaus gut vernetzt ist. Der digitale Graben bleibt jedoch bestehen, hat sich allerdings weiter nach hinten verschoben (65 Jahre und älter).

Ein anderer Aspekt der generationsübergreifenden Internetnutzung ist folgender: Während Untersuchungen in den 1990er Jahren eine Tendenz zur Isolierung durch Online-Netzwerke belegten, zeigen jüngere Studien wie *Social Consequences of the Internet for Adolescents*[26] nun, dass soziale Netzwerke vorrangig der Kontaktpflege in der realen Welt dienen.

---

[23] vgl.: Barcamp zum Netzpolitischen Kongress 2010. Das Internet in Kinderaugen – ein Expertengespräch. 3./4. November 2010 in Berlin.

[24] zit. nach: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2010, S. 34.

[25] Die Studienergebnisse sind zusammengefasst unter: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Connected_Worlds_Extranet.pdf

[26] vgl.: Valkenburg, Patti/Peter, Jochen: Social Consequences of the Internet for Adolescents. Universität Amsterdam 2009.

Insgesamt betrachtet liegen die Chancen der Vernetzung im ungehinderten Austausch und in der Vielfalt der online verfügbaren Informationen beziehungsweise Inhalte. Darüber hinaus bieten interaktive Medien niedrigschwellige Möglichkeiten der Wissensvermittlung, der Orientierung, der Kreativitätsförderung, der Bildungssozialisation sowie der Teilhabe an gesellschaftlichen und politischen Debatten.

In ihrer Abhängigkeit vom Netzzugang und den Endgeräten beschränken sich die Chancen interaktiver Medien aber auf diejenigen, die sich den Internetzugang finanziell leisten können und denen die entsprechende Infrastruktur zur Verfügung steht. Eine Fokussierung gesellschaftlicher Teilhabe ohne die Definition des Internets (und damit des Zugangs zu interaktiven Medien) als Grundversorgung schließt diejenigen aus, denen die Mittel für den Onlinezugang und die notwendige Infrastruktur fehlen.

Erste Ergebnisse des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Projekts *Die Bedeutung des Internets für gesellschaftliche Teilhabe – am Beispiel alltäglicher Praktiken Erwerbsloser* der TU Hamburg-Harburg[27] zeigen beispielsweise, dass gerade auch Erwerbslose, die aus finanziellen Gründen in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, diese Chancen sehen und nach Möglichkeit nutzen, um so am gesellschaftlichen Leben teilhaben zu können.[28]

Medienkompetenz in Gesellschaft, öffentlichem Leben und Politik

Interaktive Medien dienen der vielfältigen Informationsbeschaffung. Ebenso eröffnen sie breiten Bevölkerungsteilen ganz neue politische Beteiligungsformen. Sie sind geeignet, Entscheidungsprozesse von gesellschaftlicher Bedeutung transparent und nachvollziehbar werden zu lassen. Gleichzeitig schaffen sie die Möglichkeit, Meinungen zu verbreiten und damit die öffentliche Debatte zu beeinflussen. Dies geschieht vor allem dadurch, dass Menschen unabhängig von Ort und Zeit direkt miteinander kommunizieren können.

Unlängst zeigte sich dies beispielsweise in Tunesien und Ägypten, wo die politischen Umbrüche durch Mobilisierung und Vernetzung in interaktiven Medien eingeleitet und mitorganisiert wurden. Augenzeugenberichte in interaktiven Medien sind wichtige Quellen der Berichterstattung aus Krisengebieten, insbesondere wenn klassischer Journalismus durch Arbeitsverbote und Zensur behindert wird. Im US-Präsidentschaftswahlkampf Barack Obamas 2008 fand die Organisation und Motivation der Wahlkampfhelfer über interaktive Medien statt und hat eine außergewöhnliche Breite erreicht. Auch die E-Petitionen beim Deutschen Bundestag zeigen die Potenziale der Onlinebeteiligung an politischen Prozessen.[29] Ebenso werden Bürgerbeteiligungen auf kommunaler Ebene für mehr Menschen attraktiv, wenn Informationen und Materialien orts- sowie zeitunabhängig online abruf- und bearbeitbar sind.

Aber nicht nur die nahezu unbegrenzten Informationsmöglichkeiten und die Chance, über Kommentare, Foren oder eigens erstellte Blogs und Accounts in Online-Netzwerken an gesellschaftlichen Prozessen teilzuhaben, zeigen auf, wie wichtig Medienkompetenz für eine demokratische Partizipation ist. Auch der Umstand, dass immer mehr Entscheidungsprozesse ganz oder zumindest teilweise digital stattfinden, macht die Wichtigkeit eines kompetenten Umgangs mit interaktiven Medien deutlich. Dies reicht von nur noch digital verfügbaren Informationen und Hilfestellungen für Anträge bei Jobcentern, Versicherungen, Banken etc. über Meinungsbildungs- und Beteiligungsprozesse beispielsweise in öffentlichen Konsultationen oder kommunalen Bürgerhaushalten bis hin zu Abstimmungen und Wahlen. Letztere sind zwar bisher noch selten online. Entsprechende Projekte zur Bürgerbeteiligung im Internet oder auch virtuelle Ortsverbände von Vereinen und Parteien aber existieren – und sie werden zahlreicher.

Medienkompetenz in Bildung, Wirtschaft und Arbeitsleben

Medienkompetenz gilt heute als Querschnittkompetenz. Sie muss als Teil des Bildungskanons bei der Qualifizierung für den Beruf oder eine selbstständige unternehmerische Tätigkeit begriffen werden. Unternehmen aller Branchen sind inzwischen darauf angewiesen, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer verschiedene Fertigkeiten im Umgang mit Informationstechnologien im Allgemeinen und dem Internet im Besonderen als Begleitfähigkeit zu den jeweiligen berufsspezifischen fachlichen Kernkompetenzen mitbringen und nicht erst erwerben müssen. Im IT-Sektor bilden die entsprechenden Fähigkeiten regelmäßig selbst die maßgebliche fachliche Qualifikation.

Medienkompetenz in ihrer Dimension als Methodenkompetenz bei der Nutzung von Informationstechnologie, aber auch in ihrer Dimension als Bewertungskompetenz bildet vor diesem Hintergrund einen maßgeblichen Wirtschafts- und Standortfaktor für Deutschland. Sie ist eine Schlüsselqualifikation des High-Tech-Sektors und eine Basisqualifikation nahezu sämtlicher Wirtschaftsumfelder bis hin zum Handwerk. Die Enquete-Kommission bewertet es daher als erfreulich, dass Kinder und Jugendli-

[27] vgl.: Winker, Gabriele/Englert, Kathrin/Gerbig, Do./Schwarz, Betje: Die Bedeutung des Internets für gesellschaftliche Teilhabe am Beispiel alltäglicher Praktiken Erwerbsloser. Projekt der Universität Hamburg-Harburg 2009 bis 2011.

[28] vgl.: Englert, Kathrin/Gerbig, Do./Schwarz, Betje: Digitale Spaltung per Gesetz. Das Internet und soziale Ungleichheit im Alltag von Erwerbslosen. Online abrufbar unter: http://events.ccc.de/congress/2010/Fahrplan/attachments/1727_Paper_Digitale%20Spaltung%20per%20Gesetz.pdf

[29] Auch die Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft hat sich im Einsetzungsantrag vom 3. März 2010 (Bundestagsdrucksache 17/950) dazu verpflichtet, „die Öffentlichkeit in besonderem Maße in ihre Arbeit mit [einzubeziehen]“ und Beteiligungsmöglichkeiten anzubieten, „die Anregungen aus der Öffentlichkeit in geeigneter Weise in [die] Arbeit der Kommission einfließen lassen können“: https://www.enquetebeteiligung.de/.

che das Internet und den Umgang damit als normalen Alltagsbestandteil empfinden, der mit sämtlichen anderen Lebensaktivitäten eng verbunden ist.

Ergänzend zur skizzierten Methodenkompetenz beinhaltet Medienkompetenz aber auch das Element einer Verständniskompetenz im Hinblick auf wirtschaftliche Zusammenhänge. In Deutschland fehlt es noch immer an einer Gründerkultur nach dem Vorbild der USA. Dies gilt insbesondere für den Medien-, IT- und Internet-Sektor. Gründe dafür sind zum einen strukturelle Anreizdefizite, zum anderen aber auch die fehlende Vermittlung von Wirtschaftskompetenz in Schulen und Universitäten.

Der kompetente Umgang mit interaktiven Medien in Bildung und Wirtschaft bietet sowohl Ausbildungseinrichtungen als auch Unternehmen neue Möglichkeiten des gemeinsamen Arbeitens:

- größere Chancen bei der Teilung von Wissen, Fähig- und Fertigkeiten innerhalb von Schulen, Universitäten, Unternehmen etc.,
- neue Lern- und Lehrkultur durch interaktive Medien,
- orts- und zeitunabhängige Vernetzung von Schülerinnen und Schülern, Auszubildenden, Studierenden oder Beschäftigten insbesondere bei dezentralen und/oder internationalen Strukturen,
- dynamisches und innovatives Umfeld für neue Geschäftsmodelle oder Weiterentwicklung vorhandener Geschäftsmodelle durch ständige technische Innovationen,
- bessere Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung (Online-Seminare, virtuelle Akademien etc.).

Medienkompetenz gilt vor bildungspolitischem und wirtschaftlichem Hintergrund als Querschnittkompetenz. Da sie theoretische und in Zeiten der digitalen Mitmach-Medien immer mehr praktische Fertigkeiten umfasst, beinhaltet sie neben den traditionellen grundlegenden Kulturtechniken (Lesen, Schreiben und Rechnen) auch Technikkompetenz im Umgang mit den Programmen und Geräten, die für die Nutzung interaktiver Medien notwendig sind.

Zudem muss Medienkompetenz kognitive Fähigkeiten, wie die richtige Filterung von Angeboten nach der situationsgegebenen Relevanz, nach den Interessen der Informationsanbieter und den eigenen Interessen etc. beinhalten. Ferner sollte sich Medienkompetenz nicht zu sehr an konkreten medialen Angeboten orientieren, da sich mit der digitalen Entwicklung voraussichtlich auch die Medienformen beschleunigt wandeln werden. Ein Schwerpunkt muss also stets die Vermittlung von Grundlagenwissen sein.

Die Breite an Informationen, die Möglichkeit, über gezielte Suchanfragen auch an Expertenwissen jenseits der allgemeinen Aufmerksamkeit zu gelangen sowie die Tatsache, dass immer mehr Wissen (auch gefördert beispielsweise durch Open Access-Projekte) zuerst oder gar ausschließlich online zur Verfügung steht, zeigt, welch große Relevanz Medienkompetenz als Voraussetzung zur Nutzung der Ressource Wissen in einer digitalen Welt besitzt. Medienkompetenz ist hier gleichsam auch Informationskompetenz.

2.1.3 Risiken interaktiver Medien

2.1.3.1 Risiken durch Interaktion mit anderen Nutzern

Risiken im Umgang mit interaktiven Medien gibt es in zweierlei Hinsicht: Zum einen werden Benutzerinnen und Benutzer von externen Quellen mit Risiken, kriminellen Handlungen oder Störfaktoren konfrontiert. Zum anderen ist aber auch das Fehlen eigener Kompetenzen und Fähigkeiten dazu geeignet, Negatives für die persönliche Entwicklung oder im Umgang mit anderen hervorzurufen. Folgen können in beiden Bereichen sozialer, persönlicher, rechtlicher, finanzieller oder technischer Natur sein.

Wichtig ist die Feststellung, dass problematische Inhalte oder illegale/kriminelle Handlungen in beziehungsweise durch die interaktiven Medien nicht durch das Medium selbst geschaffen werden, sondern in jedem Fall Konsequenz und Folge aus menschlichem Handeln sind.

Exemplarisch seien an dieser Stelle für beide Bereiche einige mögliche Formen von Risiken genannt:

Im Bereich der Risiken interaktiver Medien bestimmen insbesondere im Hinblick auf Kinder und Jugendliche Schlagwörter wie Cyber-Mobbing, Grooming oder Gefahren durch die Preisgabe von persönlichen Daten die aktuellen Debatten. So wie bei den meisten der im Folgenden zu benennenden Risiken ist jedoch auch Mobbing kein grundsätzlich neues Phänomen der digitalen Gesellschaft, sondern findet im Internet – ähnlich wie via Mobiltelefon – lediglich eine neue Art der Ausbreitung.

Vor allem in sozialen Netzwerken und in Foren leiden Betroffene unter Umständen unter übler Nachrede, Diffamierung, Belästigung oder Nötigung beispielsweise durch Mitschülerinnen und Mitschüler, die sich durch die Möglichkeit der Nutzung falscher Namen oder von Avataren[30] nicht zu erkennen geben müssen. Im Falle von Grooming handelt es sich um die gezielte sexuelle Belästigung von Kindern und Jugendlichen via Internet. Nach aktuellen Studien (u. a. *Jugend 2.0*, *KIM 2010*, *EU Kids Online*) kommt dies in der Praxis allerdings seltener vor, als die öffentliche Wahrnehmung vermuten lässt. Die Untersuchungen zeigten zudem, dass sexuelle Belästigung dann häufig auch von gleichaltrigen Jugendlichen ausgeht.

Neben der persönlichen Wachsamkeit und einem gesunden Misstrauen Unbekannten gegenüber, kann auch der bewusste und vorsichtige Umgang mit persönlichen Informationen solchen Belästigungen vorbeugen. Grundsätzlich scheint es ratsam, sparsam mit der Preisgabe eigener Daten zu sein und vor jeder Veröffentlichung von privaten Informationen den daraus entstehenden Nutzen

[30] Anmerkung: Als Avatar wird in der digitalen Welt eine künstliche Person oder ein grafischer Stellvertreter eines realen Menschen bezeichnet.

und die möglichen Konsequenzen abzuwägen. Auch wenn der Wert und die Notwendigkeit von Privatsphäre aktuell an Bedeutung zu verlieren scheinen, wäre trotzdem ein bewussterer Umgang damit wünschenswert.

Den zuvor genannten Risiken des Internets widmete sich auch die BITKOM-Studie *Jugend 2.0*. Von den hier Befragten ist knapp jede/r Fünfte schon einmal über das Internet beleidigt oder belästigt worden. Acht Prozent der Jugendlichen gaben an, dass über sie im Netz Lügen verbreitet wurden. Mit zunehmendem Alter und zunehmender Internetnutzung steigt auch der Anteil weiterer negativer Erlebnisse wie sexuelle Annäherung (zumeist auf gleicher Altersebene), Betrug (zum Beispiel beim Einkaufen im Internet) oder die Veröffentlichung peinlicher Fotos durch Dritte. Letzteres bekennen acht Prozent der 16- bis 18-Jährigen. Die Zehn- bis Zwölfjährigen hingegen kennen dieses Problem praktisch noch nicht.

2.1.3.2 Risiken durch beeinträchtigende Inhalte und Programme

Zu negativen Erfahrungen Minderjähriger im Internet gibt es mittlerweile einige Erkenntnisse – insbesondere auch aus den genannten Studien *KIM*, *JIM*, *EU Kids Online* und des BITKOM.

Die aktuellste *KIM-Studie* belegt, dass acht Prozent der Kinder mit Interneterfahrung beim Surfen bereits auf Bilder, Informationen und dergleichen gestoßen sind, die ihnen unangenehm waren. Drei Prozent kamen mit Inhalten in Berührung, die ihnen Angst machten und 16 Prozent waren schon einmal auf Seiten, die sie selbst als für Kinder ungeeignet einstufen würden. Bei den genannten unangenehmen, ängstigenden oder für Kinder ungeeigneten Dingen handelte es sich zu 54 Prozent um erotische oder pornografische Inhalte, zu 20 Prozent um Gewalt-/Prügelszenen und zu neun Prozent um Horrorvideos.

Die Realität zeigt: Ebenso wie in anderen Medien kann es auch im Internet vorkommen, dass Kinder und Jugendliche ungewollt mit nicht altersgerechten Inhalten konfrontiert werden, beispielsweise mit Darstellungen von Gewalt, Krieg oder Pornografie. Die Studie *EU Kids Online* beispielsweise kommt zu dem Ergebnis, dass im Schnitt zwölf Prozent der europäischen Kinder, die das Internet nutzen, online Negatives erleben. „Für deutsche Kinder ist die Wahrscheinlichkeit, unangenehme Erfahrungen im Internet zu machen, [dabei] mit acht Prozent geringer als im europäischen Durchschnitt.“[31]

Unter wirtschaftlichem Aspekt sind als Risiken des Internets Abo- und Kostenfallen zu nennen, in die nicht nur Kinder und Jugendliche tappen, sondern alle online aktiven Altersgruppen. Zudem gibt es auch immer wieder Fälle, in denen Kinder und Jugendliche unbewusst Anbieter von urheberrechtlich geschützten Werken in Tauschbörsen werden.

Konkret beschreibbar sind die Gefahren, die durch Computerviren und -würmer sowie Trojaner ausgelöst werden. Allen gemeinsam ist, dass ein Angreifer darauf zielt, in fremde Computer eine Software einzuschleusen. Computerviren und -würmer versuchen dann, sich über die kompromittierten Computer selbst weiter zu verbreiten. Viren verändern dabei in der Regel fremde Dateien (Startprogramme, Bootsektoren etc.), während Würmer normalerweise keine fremden Dateien manipulieren. Trojanische Pferde, kurz Trojaner, hingegen sind Computerprogramme, die sich als mehr oder minder nützliche Anwendung tarnen, im Hintergrund und ohne Wissen des Anwenders aber andere Funktionen erfüllen.

Heutzutage ist der Hauptzweck von Viren, Würmern und Trojanern vor allem der Aufbau so genannter Botnetze. Dabei stellen oftmals Tausende bis Millionen Rechner im Internet ihre Kapazitäten (Rechenleistung, Netzwerkanbindung etc.) dem kontrollierenden Angreifer zur Verfügung. Sicherheitsdienstleister schätzen, dass einige Botnetze bis zu 30 Millionen Rechner kontrollieren.[32] Sie werden meistens zum Versenden von Spam-Mails, für Angriffe auf Server oder zum Knacken von Passwörtern genutzt. Der Inhaber des betroffenen Computers bemerkt die Infizierung meistens nicht, verbreitet sie aber unwissentlich weiter.

Spyware hingegen ist eine Software, die das Ziel hat, die Nutzerinnen und Nutzer auszuspionieren, ihre Angewohnheiten auszuforschen und ihnen so beispielsweise gezielt Werbung zu präsentieren. Häufiger anzutreffen ist heutzutage aber die so genannte Scareware. Darunter versteht man Software, die den Benutzer verunsichern und ängstigen soll, ihn zum Beispiel vor einer erfundenen Infizierung seines Computers mit einem Virus warnt und gegen Bezahlung eine Entfernung des vermeintlichen Schädlings anbietet. Hier wird also in erster Linie der Nutzer selbst geschädigt, während bei Viren, Würmern und Trojanern vor allem Dritte Schaden erleiden.

Die meisten der Infizierungen ließen sich durch eine höhere Medienkompetenz der Nutzerinnen und Nutzer verhindern oder zumindest nachträglich aufspüren. Dazu gehört nicht nur eine sichere Konfiguration der Computer, sondern auch ein bewusster Umgang mit Gefahren und das rechtzeitige Schließen von Sicherheitslücken.

Eine verwandte Gefahr ist das so genannte Phishing (von Password Fishing), also das Angeln nach Passwörtern mit Ködern. Hierbei versuchen Angreifer, von Anwendern Passwörter, Kreditkartennummern oder PINs (Persönliche Identifikationsnummer) und TANs (Transaktionsnummer) für das Homebanking zu stehlen. Dazu werden beispielsweise Webseiten von Banken weitgehend originalgetreu nachgebildet. Der Nutzer wird dann aufgefordert, seine PIN und TAN einzugeben. Der Betrüger übernimmt die so erbeuteten Daten und tätigt damit selbst Überweisungen. Zwischenzeitlich laufen entsprechende Angriffe oft auch schon mit Unterstützung von Trojanern ab, sodass entsprechende Daten bei der Eingabe auf infizierten Computern abgefangen werden.

---

[31] zit. nach: http://www.eukidsonline.de/index_erweitert.html#meldung

[32] vgl.: http://de.wikipedia.org/wiki/Botnet

Viele dieser Gefahren ließen sich durch das Vorhandensein von Medienkompetenz weitgehend eindämmen: Medienkompetente Nutzer erkennen Phishing-Mails, in denen sie zur Eingabe ihres Passwortes oder ihrer PIN und TAN aufgefordert werden. Medienkompetente Nutzer erkennen ebenso, wenn eine fremde Webseite sich als Webseite einer Bank oder als betrügerische Abzock-Webseite darstellt.[33]

Auswirkungen fehlender Medienkompetenz

Risiken werden aber nicht nur extern an die Nutzerinnen und Nutzer herangetragen, auch deren eigener Umgang mit dem Internet beziehungsweise dessen Inhalten kann problematische Auswirkungen haben:

Fehlende Medienkompetenz tritt in vielen Bereichen zutage, unter anderem in der mangelhaften und unkritischen Bewertung von Medieninhalten. Problematisch scheint zudem vor allem bei Kindern zu sein, dass diese oftmals nicht zwischen eingeblendeter Werbung und redaktionellen Inhalten unterscheiden können. Die reine Menge an abrufbaren Informationen bedeutet noch nicht automatisch, dass jeder tatsächlich auch in der Lage ist, sich eine umfassende Meinung zu bilden. Möglich ist vielmehr, dass es zu einer Überforderung aufgrund der Fülle an Informationen und Kommunikationswegen und damit zu einer reduzierten und einseitigen Informationsaufnahme kommt.

Unkritisch ist bisweilen auch der Umgang mit den Rechten anderer: So führen fehlendes Wissen und fehlende Kompetenz immer wieder zu Verstößen gegen das Urheberrecht, den Datenschutz oder die Persönlichkeitsrechte anderer. Gerade in Bezug auf die Verletzung von Persönlichkeitsrechten geht mangelnde Medienkompetenz immer auch einher mit mangelnder sozialer Kompetenz.

Ein weiterer kritischer Aspekt ist die Dauer der Mediennutzung. Fehlende Medienkompetenz kann hierbei den Verlust des Bezuges zur realen Welt bewirken und ein sich vorwiegend in der virtuellen Umgebung Bewegen durchaus verstärken. Neben dem möglichen Verlust von sozialen Kontakten und Bindungen – mit all den Facetten zwischenmenschlicher Beziehungen (Mimik, Gestik, körperliche Erfahrungen) – kann exzessive Mediennutzung auch zu physischen sowie psychischen Einschränkungen führen.

Fehlende Medienkompetenz kann sich aber ebenso ganz konkret auf die gesellschaftliche Teilhabe, die Bildung und den sozialen Aufstieg auswirken. Denn das Internet bietet in vielfacher Weise die Möglichkeit, gesellschaftliche Debatten zu verfolgen und sich selbst einzubringen. Zudem ist Medienkompetenz mittlerweile eine unverzichtbare Fähigkeit, die für den Erfolg in Schule, Ausbildung und Beruf große Bedeutung hat.

Durch Medienkompetenz lassen sich viele der genannten Risiken minimieren, teilweise sogar vollständig vermeiden. Insofern ist es ein zentrales Anliegen der Enquete-Kommission, Ideen zu entwickeln, wie die Vermittlung von Medienkompetenz an alle gesellschaftlichen Zielgruppen optimiert werden kann. Es zeigt sich aber auch, dass mit Blick auf die erwähnten Risiken Medienkompetenz allein nicht alle Probleme löst. Eine enge Verzahnung mit dem Jugend- und dem Verbraucherschutz ist ebenso wichtig.

Medienkompetenz schafft digitale Selbständigkeit. Diese ist in einer modernen Wissens- und Informationsgesellschaft für demokratische Teilhabe, wirtschaftliche Chancengerechtigkeit und freie Entfaltung der Persönlichkeit von grundlegender Notwendigkeit. Fehlt sie, wird es dem Individuum nicht gelingen, Medien und deren Inhalte den eigenen Bedürfnissen und Zielen entsprechend zu nutzen.

2.1.3.3 Mediensucht und Prävention

Dass interaktive Medien den Menschen so viele Chancen und so viel Abwechslung bieten, bleibt nicht ohne Folgen – beispielsweise dann, wenn sie zum Suchtmittel werden. In der Fachzeitschrift „Suchtmed. Suchtmedizin in Forschung und Praxis“ heißt es in diesem Zusammenhang: „Epidemiologische Untersuchungen weisen auf einen Verbreitungsgrad der Internetabhängigkeit von ca. 3 bis 5 Prozent hin, wobei differenzierte Erhebungen zu einzelnen Ausdrucksformen des Suchtverhaltens nicht existieren.“[34]

Auch internationale Untersuchungen zeigen, dass die Prävalenzrate, also der Anteil jener, die einem Suchtverhalten zuzuordnen sind, zwischen einem und maximal fünf Prozent liegt. Je nach Studie verbringen die als abhängig beschriebenen Personen bis zu 40 Stunden pro Woche im Internet. Nichtsüchtige kommen wöchentlich auf maximal 20 Stunden.[35]

Eine aktuelle Erhebung des Hamburger Hans-Bredow-Instituts, in der es jedoch ausschließlich um Computerspielsucht geht, ermittelte in einer Repräsentativbefragung, dass die deutschen Computerspieler (ab 14 Jahren) im Durchschnitt etwa 6,25 Stunden pro Woche spielen. „17 Prozent von ihnen lassen sich als ‚extensive Spieler‘ bezeichnen, die im Durchschnitt mehr als 90 Minuten pro Tag mit Computerspielen verbringen.“ Bei einer Bewertung des Spielverhaltens nach der Computerspielabhängigkeitsskala KFN-CSAS-II kommen die Forscher zu dem Ergebnis, „dass 98,6 Prozent der Computerspieler ein unauffälliges Spielverhalten zeigen, 0,9 Prozent über

---

33 Anmerkung: Diese Themen werden von der Projektgruppe Zugang, Struktur und Sicherheit im Netz der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft ausführlich behandelt.

34 vgl.: Müller, Kai W./Wölfling, Klaus: Pathologische Computerspiel- und Internetnutzung. Der Forschungsstand zu Phänomenologie, Epidemiologie, Diagnostik und Komorbidität. In: Suchtmed. Suchtmedizin in Forschung und Praxis 12 (1/2010), S. 45-55.

35 vgl.: Aufenanger, Stefan: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-I, S. 3. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-I_-_Stellungnahme_Univ_-Prof__Dr__Aufenanger.pdf

dem Schwellenwert für „gefährdet“ und 0,5 Prozent über dem für „abhängig“ liegen.“[36]

Die im Rahmen der Studie geführten qualitativen Interviews zeigen jedoch, „dass der Grat zwischen intensiver, extensiver oder exzessiver Nutzung schmal sein kann. Spielerinnen und Spieler gleichermaßen berichten rückblickend von verschiedenen Spielphasen – gelegentlich in der Pubertät, oft aber auch in darauf folgenden Lebensabschnitten, die wenig andere zeitliche Vorgaben aufwiesen –, in denen spielexterne Faktoren (zum Beispiel schwierige Lebenssituationen oder fehlende soziale Beziehungen) und spielbezogene Faktoren (zum Beispiel eigene Leistungsansprüche oder die Kopplung mit sozialen Gemeinschaften) zum extensiven Spielen führten“.[37]

Die Auslöser, Mechanismen und Symptome der Mediensucht gleichen denen anderer nicht stoffgebundener Suchterkrankungen: Durch den Konsum bestimmter Medienangebote wird das körpereigene Belohnungssystem in Gang gesetzt. Der damit einhergehende Dopaminausstoß führt zu einem gefühlten Erfolgserlebnis, auf das manche nicht mehr verzichten können. Zu den typischen Abhängigkeitssymptomen zählen ein unkontrollierter, stundenlanger Konsum, die stetige Erhöhung der „Dosis“, eine ständige gedankliche Beschäftigung mit dem Suchtverhalten, misslingende Reduzierungsversuche sowie Entzugserscheinungen beispielsweise in Form von Aggressivität, wenn das Suchtmittel nicht zur Verfügung steht.

Die negativen Folgen der Mediensucht sind – wie bei anderen Abhängigkeitserkrankungen auch – nicht nur psychischer Natur, sondern erstrecken sich ebenso auf die körperliche Gesundheit und das soziale Umfeld der Betroffenen. Es kommt oftmals zu einer Vernachlässigung der eigenen Bedürfnisse, der beruflichen beziehungsweise schulischen Verpflichtungen und sozialen Kontakte. Die Betroffenen verheimlichen oder bagatellisieren das eigene Suchtverhalten. Mitunter verschulden sie sich sogar.

In der Gesellschaft und der Wissenschaft wird Medienabhängigkeit bislang nur unzureichend thematisiert. Auch ist sie eher selten Gegenstand empirischer Forschung. Zwar gibt es durchaus einige aussagekräftige Erhebungen, dennoch fehlt es nach wie vor an ausreichend belastbarem Datenmaterial. Eine für das Bundesministerium für Gesundheit im Zeitraum von 2008 bis 2010 angefertigte Untersuchung stellt dazu fest: Es wäre „insbesondere eine interdisziplinäre Längsschnittstudie wünschenswert, die mit neurobiologischen, genetischen und entwicklungspsychiatrischen Methoden Kinder vor Beginn des pathologischen Internetgebrauchs bis in das Erwachsenenalter hinein untersuchen würde.“[38]

[36] vgl.: Jürgen, Fritz/Lampert, Claudia/Schmidt, Jan-Hinrik/Witting, Tanja: Kompetenzen und exzessive Nutzung bei Computerspielern. Gefordert, gefördert, gefährdet. Zentrale Ergebnisse der Studie. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Band 66, Berlin: 2011, S. 1.

[37] vgl.: http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/563

[38] zit. nach: Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf/Deutsches Zentrum für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters: Studie für das Bundesministerium für Gesundheit zum Projekt Beratungs- und Behandlungsangebote zum pathologischen Internetgebrauch in Deutschland. Hamburg: 2010, S. 5.

Weiterer Handlungsbedarf besteht in der Hinsicht, dass Medienabhängigkeit bislang nicht als eigenständige Suchtform anerkannt ist. Die Enquete-Kommission indes betrachtet Medienabhängigkeit als eine eigenständige, nicht stoffgebundene Suchtform und hält eine Anerkennung als Erkrankung nach dem Diagnoseschlüssel ICD (International Classification of Diseases) der Weltgesundheitsorganisation für geboten. In diesem Zusammenhang sieht die Enquete-Kommission die Notwendigkeit einer umfassenden Erforschung des Krankheitsbildes.

In der Bundesrepublik gibt es bislang ein nur sehr begrenztes Angebot an Beratungs- und Therapiemöglichkeiten für Betroffene. Die erfolgversprechendste Präventionsmaßnahme ist, Kinder und Jugendliche in ihrem Umgang mit Medien zu begleiten. Hier sind in erster Linie die Familien gefragt. Wenn vor allem Eltern jedoch keine oder nur mangelhafte medienpädagogische Fähigkeiten aufweisen, müssen sie auf geeignete Informations- und Unterstützungsangebote zurückgreifen können. Zusätzlich muss gewährleistet sein, dass in Schule, Ausbildung und Freizeit ausreichend qualifizierte medienpädagogische Fachkräfte sowie Angebote zur Verfügung stehen.

2.1.3.4 Strukturelle Defizite

Die Studie *Digitale Gesellschaft* der Initiative D21 aus dem Jahr 2010[39] zeigt deutlich, dass die digitale Spaltung der Gesellschaft eher qualitativ als quantitativ zunimmt. Der Anteil internetferner Menschen wird zwar kleiner, gleichzeitig werden aber auch die Kompetenzen dieser digitalen Außenseiter geringer. Vor allem jedoch zeigt die Studie, dass die digitale Spaltung eine soziale Spaltung ist: Die Außenseiter finden sich vorwiegend in finanziell schlechter gestellten Haushalten. Eine Förderung von Medienkompetenz muss deshalb einhergehen mit der Förderung einer flächendeckenden Internetanbindung ohne Ansehen der wirtschaftlichen Situation der Nutzerinnen und Nutzer. Dies gilt für Netze und netzfähige Geräte gleichermaßen.

Der Sachverständige *Hannes Schwaderer* betonte in der Expertenanhörung der Enquete-Kommission zum Thema „Medienkompetenz“ am 13. Dezember 2010, dass Bildungschancen nicht vom sozialen Milieu oder der Familiensituation abhängig sein dürften. Da Intelligenz über alle sozialen Schichten gleichermaßen verteilt sei, gelte es besonders, die Bedürfnisse von Kindern sozial schwächerer Herkunft in den Blick zu nehmen. Ein Zugang zu digitalen Lernwerkzeugen müsse insofern stets über die Bildungseinrichtungen erfolgen und dürfe nicht nur der häuslichen Ausstattung obliegen.[40]

Es gibt darüber hinaus aber auch Positionen, die die Gründe für die digitale Spaltung weniger in den Zugangsmöglichkeiten zum Internet beziehungsweise der Infra-

[39] vgl.: Initiative D21: Digitale Gesellschaft. Die digitale Gesellschaft in Deutschland. Sechs Nutzertypen im Vergleich. Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner Atlas. Durchgeführt von TNS Infratest im Jahr 2010. Online abrufbar unter: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2010/12/Digitale_Gesellschaft_2010.pdf

struktur sehen, sondern verstärkt in der Art und Weise der Nutzung. Demnach zeigen sich Unterschiede vor allem regional, geschlechtsspezifisch, altersbedingt, ökonomisch und bildungsgradabhängig. So sind bildungsferne Nutzerinnen und Nutzer beispielsweise eher konsumorientiert. Sie bedienen sich der Chancen und Potenziale der Teilhabe und der Information nur wenig.[41]

Weitgehende Einigkeit indes besteht darüber, dass Radio und Fernsehen keinen Ersatz für einen Internetzugang darstellen. Nicht nur fehlen den traditionellen Medien die partizipativen Möglichkeiten von Onlineangeboten. Selbst im Bereich der Informationsbereitstellung ist das Internet unverzichtbar geworden. Dies zeigt sich nicht zuletzt auch an der sinkenden Zahl von Wortbeiträgen im Radioprogramm oder durch den Verweis auf zusätzliche Informationen im Internet während der Fernsehnachrichten.

Die Enquete-Kommission wird zu klären versuchen, auf welche Weise die bestehende digitale Spaltung am ehesten zu überwinden ist. Folgende Punkte werden als mögliche Ansätze betrachtet:

- bessere Geräteausstattung in Schulen, Ausbildungs- und Jugendeinrichtungen, Universitäten, Kindergärten etc.,
- Nutzung von E-Learning-Angeboten,
- bessere Verfügbarkeit von frei zugänglicher Infrastruktur für alle Generationen, die auch Beratung und Betreuung beinhaltet (insbesondere im Beruf),
- (Aus-, Weiter-)Bildung der Lehrenden,
- Harmonisierung der Lehrpläne und des Anforderungskatalogs zwischen den zuständigen Ländern, Kultusbehörden und Wissenschaftsministerien,
- spezielle Förderung von Zielgruppen (zum Beispiel Frauen, Senioren, Erwerbslose, Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit körperlichen und geistigen Beeinträchtigungen, Kinder und Jugendliche aus bildungsfernen Familien) durch öffentliche und private Bildungsträger,
- als Lösung für das akute Problem bis die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen bei Lehrern, Erziehern und Sozialarbeitern greifen: Umsetzung von so genannten Peer-to-Peer-Konzepten.

3 Jugendschutz

3.1 Status quo des gesetzlichen Jugendmedienschutzes

Jugendmedienschutz ist eine verfassungsrechtlich vorgegebene Aufgabe des Staates. Gesetzliche Maßnahmen basieren dabei auf der verfassungsmäßig garantierten Menschenwürde nach Artikel 1 GG und dem Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit nach Artikel 2 Absatz 1 GG. Maßnahmen des Jugendmedienschutzes greifen aber auch in Grundrechte ein, vor allem in die Kommunikationsfreiheiten nach Artikel 5 Absatz 1 GG. Bei jedem Eingriff, der nach Artikel 5 Absatz 2 GG mit dem Ziel des Jugendschutzes geschieht, ist daher eine Abwägung nötig.

Nach geltender Rechtslage in Deutschland versteht man unter Jugendmedienschutz die gesetzlichen Vorkehrungen, die sicherstellen sollen, dass Medieninhalte, die das körperliche, geistige oder seelische Wohl von Kindern oder Jugendlichen beziehungsweise die die Entwicklung und Erziehung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigen könnten, von Seiten der Anbieter gar nicht oder so verbreitet werden, dass sie von Personen der betroffenen Altersgruppe üblicherweise nicht wahrgenommen werden.[42]

Der aktuelle gesetzliche Rahmen für den Jugendmedienschutz wird durch das in Bundeskompetenz liegende Jugendschutzgesetz (JuSchG) sowie den in den Händen der Länder liegenden – am 1. April 2003 in Kraft getretenen – Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV) ausgeformt. Letzterer gilt nach dem Scheitern des 14. Rundfunkänderungsstaatsvertrags mit letzter Aktualisierung vom 30. Oktober 2009 fort.

Die Abgrenzung der Regelwerke folgt dabei den mehr und mehr verschwimmenden Kategorien Trägermedien (JuSchG) beziehungsweise Onlinemedien (JMStV). Eine Besonderheit innerhalb des deutschen Rechtsrahmens für den Jugendmedienschutz ist das Konzept der (regulierten) Selbstregulierung, durch das ein Teil der Aufsichtsverantwortung in die Hände von Selbstkontrollen der Wirtschaft gelegt wird. Entsprechende Ansätze werden ausgehend von den Erfahrungen im Jugendmedienschutz mittlerweile auch für andere Bereiche, etwa den Datenschutz, diskutiert.

Für den Bereich des Jugendmedienschutzstaatsvertrags hat das Hamburger Hans-Bredow-Institut 2008 eine umfassende wissenschaftliche Evaluation des geltenden Rechtsrahmens vorgelegt. Diese bescheinigt dem Prinzip der (regulierten) Selbstregulierung große Wirksamkeit, moniert jedoch strukturelle Bruchstellen sowie Anwendungs- beziehungsweise Durchsetzungsdefizite in Teilbereichen und unterbreitet insofern Überarbeitungsvorschläge.[43]

---

[40] vgl.: Schwaderer, Hannes: Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-E, S. 6. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-E_-_Stellungnahme_Schwaderer.pdf

[41] vgl. auch: Wagner, Ulrike/Eggert, Susanne: Quelle für Information und Wissen oder unterhaltsame Action? Bildungsbenachteiligung und die Auswirkung auf den Medienumgang Heranwachsender. In: medien + erziehung. Heft 05/2007, S. 15–23.

[42] vgl.: Schriefers, Annette/Bischoff, Sandra: Medienkompetenz. Eine Aufgabe nimmt Gestalt an. Schriftenreihe der Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien Hessen, Band 16, München: 2002, S. 14.

[43] Anmerkung: Bestandteil der Evaluation war eine eigenständige Teilstudie vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Diese bescheinigt dem geltenden Rechtsrahmen in Bezug auf das Internet eine verbesserungswürdige Alltagsangemessenheit. Vgl. auch: Theunert, Helga/Gebel, Christa: Untersuchung der Akzeptanz des Jugendmedienschutzes aus der Perspektive von Eltern, Jugendlichen und pädagogischen Fachkräften. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München: 2007. Online abrufbar unter: http://www.jff.de/dateien/JFF_JMS_LANG.pdf

Das geltende Jugendmedienschutzrecht für das Internet folgt dem Entwicklungspfad des Rundfunkrechts, auch wenn das Entwicklungskonzept an einigen Stellen bereits an die Besonderheiten angepasst wurde. Das Internet ist aber keine Weiterentwicklung des Rundfunks. Es ist ein weltweites Kommunikationsmedium, das alle denkbaren Kommunikationsmöglichkeiten mit beliebiger Anzahl an Empfängern, Sendern und Teilnehmern erlaubt. Es ist daher mit dem Telefon und dem Rundfunk, einer Zeitung, dem Stammtisch und dem Flugblatt, einer Universitätsvorlesung und einer TV-Talkshow, einem Kaufhaus und einer Bibliothek, einer Zeitschrift und einer Videothek vergleichbar – und doch vermag kein Vergleich die Möglichkeiten des Internets erschöpfend darzustellen, genauso wenig wie das Netz herkömmliche Kommunikation ersetzen kann.

3.2 Leitbild: Verhältnis von Jugend(medien)-schutz und Medienkompetenz

In der derzeitigen Diskussion um die Erforderlichkeit eines Jugendmedienschutzes wird verschiedentlich die Medienpädagogik und die Vermittlung von ausreichender Medienkompetenz als Alternativentwurf propagiert. Entweder, weil gesetzlich-regulatorischer Jugendmedienschutz als praxisuntauglich beziehungsweise unzureichend, als zensurverdächtig oder als wirtschaftsfeindlich bezeichnet wird – oder weil man der Vorstellung aufsitzt, dass medienkompetente Kinder und Jugendliche keinen Jugendmedienschutz brauchen.

Die Frage, welche Rolle Medienkompetenz im Verhältnis zum Jugendschutz spielen kann und soll, ist noch nicht abschließend beantwortet. Die Rolle des Medienkompetenz-Ansatzes als Ausgleichsinstrument gegenüber gesetzlichem Schutz wird je nach Perspektive unterschiedlich gewichtet. Als unumstritten darf zumindest gelten, dass es Angebote gibt, die Kinder und Jugendliche, so medienkompetent sie auch immer sein mögen, nicht verarbeiten können, sollen und müssen.[44] Es besteht das Risiko, mit ihnen im Internet ungewollt in Kontakt zu kommen. Dazu tritt das praktisch noch relevantere Phänomen, dass viele Kinder und Jugendliche gezielt entsprechende Inhalte nachsuchen, die einen besonderen Reiz ausüben und deren Konsum-Attraktivität auch in gruppendynamischen Effekten in den Peergroups begründet liegt.

Gesetzlich-regulatorischer Jugendschutz und Medienkompetenz-Förderung stehen sich nach Auffassung der Enquete-Kommission daher nicht als alternative Konzepte gegenüber, sondern überschneiden und ergänzen sich. Weder macht gesetzlicher Jugendmedienschutz Medienkompetenz-Förderung überflüssig, noch kann der Verweis auf Letztere als Legitimation für den Staat zum gänzlichen Rückzug aus seinem verfassungsrechtlichen Schutzauftrag gegenüber Kindern und Jugendlichen dienen. Ebenso wenig darf der Verweis auf Medienkompetenz für Eltern ein Argument darstellen, die Ausübung von Kontrollbefugnissen hinsichtlich der Mediennutzung völlig aufzugeben. Aber auch der Verweis auf Jugendmedienschutz darf nicht dazu führen, dass Medienkompetenz-Förderung vernachlässigt wird.

Dies bedeutet, dass die politische Forderung nach Stärkung der Medienkompetenz in praktisch handhabbare Lösungen münden muss und sich gerade nicht auf die Formulierung eines politischen Leitbildes und die Forderung nach öffentlichen Kampagnen beschränken darf.

Im Gegensatz zum repressiven Jugendmedienschutz sind Maßnahmen zur Medienkompetenz-Förderung bislang noch nicht systematisch in ein Regelungskonzept eingebunden. Medienkompetente Kinder und Jugendliche sind in der Lage, selbstbestimmt mit dem Internet umzugehen. Daher ist Medienkompetenz-Förderung ein wichtiges Ziel des Jugendschutzes.

3.3 Leitbild: Gesetzlicher Jugendschutz zwischen Schutzanspruch und Praktikabilität

Ein moderner Jugendmedienschutz muss verschiedene Rahmenbedingungen und Leitvorgaben berücksichtigen, um die notwendige gesamtgesellschaftliche Akzeptanz zu finden. Zum einen ist zu berücksichtigen, dass gesetzliche Regelungen in erster Linie die Erziehungsfunktion von Eltern, Erziehern und Lehrern unterstützen und die Wahrnehmung der Erziehungsaufgabe „Medienbildung" erleichtern sollten. Erst nach diesem vorrangig zu bewertenden unterstützenden Schutzansatz ist nach direkten gesetzlichen Schutzmechanismen im Sinne von Verboten und Nutzungsbeschränkungen zu fragen.

Auch unterscheidet sich die Einflussmöglichkeit im Internet deutlich von Jugendschutz-maßnahmen im Handel. So muss man davon ausgehen, dass Jugendliche, die bewusst und mit hohem Engagement bestimmte Inhalte im Internet suchen, diese wahrscheinlich auch finden werden. Daher ist ein vollständiger Schutz vor jugendgefährdenden oder beeinträchtigenden Inhalten im Internet kein realistisch erreichbares Ziel. Aus dieser Annahme folgt, dass der Jugendschutz im Internet den Fokus zunächst darauf legen sollte, Kinder und Jugendliche vor dem unbeabsichtigten Kontakt mit ungeeigneten Inhalten zu schützen. Es gehört aber auch zum Jugendschutz, den gewollten Kontakt vor allem bei Kindern einzuschränken.

Lösungen hierfür sollten auf ihre praktische Durchsetzbarkeit hin überprüft werden, da ein rein formell verstandener Jugendmedienschutz, der die praktischen Realitäten außer Acht lässt, sich dem Vorwurf aussetzt, als reine Feigenblattlösung des Gesetzgebers zu fungieren.

Bei allen technischen Regelungen und Maßnahmen darf nicht der Eindruck von trügerischer Sicherheit entstehen. Mehr als bisher muss klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass jede auch noch so ausgeklügelte „Kindersicherung" im Internet umgangen werden kann und es kein hundertprozentiges Schutzniveau geben wird. Auch

[44] vgl.: Grimm, Petra/Rhein, Stefanie/Müller, Michael: Porno im Web 2.0. Die Bedeutung sexualisierter Web-Inhalte in der Lebenswelt von Jugendlichen. Berlin: 2010 und Grimm, Petra/Rhein, Stefanie/Clausen-Muradian, Elisabeth: Gewalt im Web 2.0. Der Umgang Jugendlicher mit gewalthaltigen Inhalten und Cyber-Mobbing sowie die rechtliche Einordnung der Problematik. Berlin: 2008.

auf der Verpackung und bei der Installation von Jugendschutzprogrammen sollten Eltern darauf hingewiesen werden. Vor diesem Hintergrund ist jede Verbesserung des Schutzniveaus positiv und sollte vom Regelungskonzept des Jugendmedienschutzes entsprechend gewürdigt und aufgenommen werden. Es ist allerdings auch darauf zu achten, dass der Stand des Schutzes sich in dieser Hinsicht ständig weiter entwickelt.[45]

Eine Grundsatzfrage gesetzlichen Jugendschutzes ist zudem die Bestimmung der vorrangig zu adressierenden Zielgruppen. Kinder und Jugendliche eignen sich im Laufe ihrer Entwicklung verschiedene Fähigkeiten der Mediennutzung an, die nicht zuletzt auch das Know-how umfassen, technische Wahrnehmungshürden zu überwinden. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass Zugangshürden, die auf Kinder zielen und dort möglicherweise hochwirksam sind, bei Jugendlichen mit fortschreitender Entwicklung diese Wirksamkeit verlieren. Parallel dazu nimmt auch der Gefährdungsgrad spezifischer Inhalte mit zunehmendem Alter ab. Die Grenze wird allerdings bei jenen Inhalten erreicht, deren Verbreitung gänzlich, also auch gegenüber Erwachsenen, verboten ist. Andere Gefährdungslagen hingegen, etwa sozialhandlungsbezogene Phänomene, treffen offenbar eher Jugendliche als Kinder.

Das bestehende gesetzliche Jugendschutzsystem versucht schwerpunktmäßig Gefahren abzusichern, die sich aus der Rezeption ungeeigneter Inhalte ergeben, wobei insbesondere die Kategorien Pornografie und Gewalt eine bedeutende Rolle spielen. Hier ist perspektivisch zu hinterfragen, ob diese Rezeptionsgefahren tatsächlich das Kernhandlungsfeld des Jugendmedienschutzes bilden sollten, oder ob künftig nicht vorrangig sozial-handlungsbezogene Gefahrenkonstellationen abgesichert werden müssten. Dies gilt vor allem für den Bereich der Jugendlichen, die heute selbst viel stärker Phänomene wie sexuelle Belästigung oder Mobbing und weniger die Konfrontation mit sexuellen oder gewalthaltigen Inhalten als Hauptnegativerfahrungen benennen.[46]

Wenig betrachtet ist bislang auch das selbstschädigende beziehungsweise das sich gegenseitig schädigende Verhalten von Jugendlichen, wie etwa eine verzerrte Selbstdarstellung im Netz. Jugendmedienschutz muss diese Perspektive daher im Verhältnis zu den heute dominierend adressierten Rezeptionsgefahren viel stärker gewichten.

Viele in der Praxis real auftretende Gefahren werden bei der Diskussion um Jugendschutz im Internet häufig vergessen. Dazu gehört beispielsweise der gesamte Bereich des Datenschutzes: Kinder und Jugendliche gehen oftmals sehr freizügig mit ihren persönlichen Daten um. Datensammler hingegen nutzen die Unerfahrenheit von Kindern oft gezielt aus. Hier sind praktikable und wirksame Lösungen zu finden.

Ebenso wie Erwachsene sind auch Jugendliche durch Abzock-Webseiten oder Computerviren und -würmer gefährdet. Medienkompetenz ist hier der Schlüssel zu besserem Selbstschutz: Medienkompetente Nutzer werden seltener auf Abzock-Webseiten hereinfallen, mit ihren persönlichen Daten sparsamer umgehen und sich vor digitalen Schädlingen effektiver schützen. Auch die gezielte kommerzielle Werbung gegenüber Kindern sollte im Blick behalten werden.

3.4 Die Rolle von Altersstufen

Sowohl das JuSchG des Bundes als auch der JMStV der Länder verfolgen den Ansatz eines abgestuften Schutzsystems im Sinne typisierter Altersstufen. Das bedeutet im Grundsatz, dass bestimmte Medieninhalte Minderjährigen nicht zugänglich gemacht werden dürfen, soweit sie die entsprechende Altersstufe noch nicht erreicht haben. Konkret sehen die beiden Regelwerke für den Bereich der Medien die Altersstufen null, sechs, zwölf, (14), 16 und 18 Jahre vor.

Einerseits kann eine solche Typisierung Eltern ein schnell erfassbares Orientierungskriterium geben, mit dem sie über die Eignung bestimmter Medien für ihre Kinder entscheiden können. Andererseits birgt die altersstufenbezogene Typisierung aber auch verschiedene Unzulänglichkeiten und praktische Probleme: Generell gibt es keine festen, wissenschaftlich belastbaren Kriterien für die Zuordnung bestimmter Inhalte zu einer bestimmten Altersstufe. Dies hängt nicht zuletzt mit dem unterschiedlichen Entwicklungstempo von Kindern und Jugendlichen sowie den differierenden Erziehungsvorstellungen der Eltern zusammen.

3.4.1 Offline-Bereich/Jugendschutzgesetz

Im Geltungsbereich des JuSchG (das heißt für die Freigabe von Trägermedien) ist das Problem derzeit weniger virulent, da hier der Anbieter nicht selbst die Zuordnung zu einer bestimmten Altersstufe vornehmen muss und es sich bei den zu bewertenden Einheiten um abgeschlossene, unveränderliche Inhalte handelt. Über die Altersfreigabe entscheiden bestimmte Organisationen der freiwilligen Selbstkontrolle – in der Regel mit plural besetzten Prüfgremien. Über die Beteiligung der obersten Landesjugendbehörden an jeder Entscheidung findet letztendlich eine verbindliche Alterseinstufung mittels staatlichen Hoheitsakts statt, die auch den Anbietern Rechtssicherheit verschafft.

3.4.2 Online-Bereich/Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

Anders sieht es für den Geltungsbereich des JMStV (das heißt insbesondere der Telemedien) aus. Soweit Inhalte nur über das Internet abrufbar sind, gibt es keine gesetzlich vorgesehenen und staatlich abgesicherten Verfahren zur korrekten Alterseinstufung. Dies wäre angesichts der

[45] vgl. auch: Theunert, Helga/Gebel, Christa: Untersuchung der Akzeptanz des Jugendmedienschutzes aus der Perspektive von Eltern, Jugendlichen und pädagogischen Fachkräften. a. a. O.

[46] vgl.: Die Umfrageergebnisse in den Alterskohorten. BITKOM: *Jugend 2.0.* Eine repräsentative Untersuchung zum Internetverhalten von Zehn- bis 18-Jährigen. S. 33/39. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf.

Masse und Schnelllebigkeit von Inhalten im Internet organisatorisch weder leistbar noch sinnvoll.

Hier muss daher der jeweilige Anbieter selbst die Entscheidung darüber treffen (Selbstbewertung beziehungsweise -klassifizierung), für welche Altersstufen seine Inhalte möglicherweise entwicklungsbeeinträchtigend sind und gegebenenfalls Vorkehrungen treffen. Als erhebliches Praxisproblem im Online-Bereich erweist sich der Umstand, dass es derzeit für die gesetzlich vorgesehenen Altersstufen an verbindlichen gesetzlichen Kriterien fehlt. Auch ist die Zuordnung von Inhalten zu einer Altersstufe gerade im Onlinebereich von Kontextfaktoren abhängig, die schnell in komplexe Bewertungsvorgänge münden, damit zwangsläufig Rechtsunsicherheiten beinhalten und für den Einzelnen (zumal ohne Unterstützung durch fachkundige Gremien) oftmals nicht mehr leistbar ist.

3.4.3 Internationale Probleme

Altersstufen stellen immer ein Abbild der sittlichen Vorstellungen in der jeweiligen Gemeinschaft dar. Ein Jugendschutzkonzept, das darauf setzt, dass sich weltweit alle Anbieter auf bestimmte Standards einigen oder verpflichtet werden, ist irreal. So haben im Vergleich zu Deutschland beispielsweise amerikanische Durchschnittsbürger ganz andere Vorstellungen darüber, wie viel nackte Haut oder wie viel Gewalt einem zwölfjährigen Kind gezeigt werden kann. Internationale Anbieter müssten also für jeden Kulturkreis, in dem eine Kennzeichnung gefordert ist, eine separate Einstufung und Kennzeichnung vornehmen, was den Aufwand vervielfacht.

Diese Herausforderung wurde schon 1995 vom World Wide Web Consortium (W3C) erkannt, das damals mit der Entwicklung eines Standards zur Inhaltsklassifizierung begonnen hat: Platform for Internet Content Selection (PICS).[47] Im Jahr 2000 wurde unter anderem von der Bertelsmann Stiftung die Internet Content Rating Association (ICRA) ins Leben gerufen, die auf PICS aufbauend ein Bewertungsschema entwickelte. Sowohl PICS als auch ICRA sind gescheitert, ebenso wie ein Modellversuch des Filterprogramms ICRAplus bei der Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM).

Die ICRA-Webseiten gingen 2010 offline. Die Kennzeichnungssysteme setzten darauf, dass Webseiten-Betreiber eine Selbsteinstufung ihrer Inhalte nach verschiedenen Kriterien (beispielsweise wie viel Nacktheit oder Gewalt zu sehen ist) vornehmen. Als Nachfolger von PICS hat das W3C einen neuen Standard entwickelt: Protocol for Web Description Resources (POWDER). In der Praxis wird dies bisher nicht genutzt.

Das deutsche Jugendschutzrecht ist dadurch sehr differenziert, dass es nicht nur die Gefährdung aller Minderjährigen als Tatbestand kennt und verhindern will, sondern auch die Beeinträchtigung der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen bestimmter Altersstufen. Dem Bemühen, diese Stufen sachgerecht zu bestimmen, stehen eine ständige Veränderung im Entwicklungstempo und eine immer individualisiertere Entwicklung gegenüber. Es gibt nicht mehr die typische Zwölfjährige oder den durchschnittlichen 16-Jährigen. Auf der anderen Seite müssen Altersstufen gelernt werden, nur so können sie in der Praxis Wirkung zeigen. Dazu müssen sie möglichst langfristig und in vielen Bereichen konstant sein. So ist etwa die Altersdifferenzierung des JuSchG durch die langjährige Praxis der Freiwilligen Selbstkontrolle (FSK) verhältnismäßig gut in der Bevölkerung bekannt. Damit kann sie eine wichtige verhaltenssteuernde Wirkung haben, wo Jugendschutz auf freiwillige Kooperation angewiesen ist.[48]

3.5 Überlegungen zur Weiterentwicklung des technischen Jugendschutzes

Wie das gesamte Rundfunk- und Telemedienrecht ist der Jugendschutz im Internet auf den Anbieter konzentriert. Unabhängig von den schon mit dieser Weichenstellung verbundenen Fragen knüpfen bestimmte Konzepte des technischen Jugendschutzes nun daran an, dass die Anbieter Anstrengungen in diesem Feld unternehmen, um die Anforderungen des Jugendschutzes zu erfüllen. Gerade an dieser Stelle werden Probleme sichtbar.

3.5.1 Selbstklassifizierung

Ein Problem kreist um die Selbstklassifikation der Angebote durch die Anbieter als Voraussetzung für eine Kennzeichnung, die von Inhaltsfiltern ausgelesen werden kann. In der Fachwelt gibt es bereits seit Mitte/Ende der 1990er Jahre eine kontroverse Diskussion über Potenziale und Schwächen der Selbstklassifizierung.[49] Befürworter sehen darin die Chance – zuweilen sogar die einzige Möglichkeit – Inhaltsfilterprogramme zu unterstützen, um diesen eine korrekte Einstufung der Inhalte zu erleichtern. Dabei führen sie folgende Argumente an:

– Angesichts der Menge und Dynamik der Inhalte erreicht die Selbsteinstufung das Ziel einer möglichst flächendeckenden Beurteilung von Inhalten am effektivsten und ist in der Gesamtbetrachtung auch effizient.

– Der kennzeichnende Anbieter kennt den Inhalt am besten und kann ihn sachgerecht beurteilen.

– Externe Aufsicht wird von unproblematischen Fällen entlastet.

[47] vgl.: http://www.w3.org/PICS/

[48] vgl.: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis: Fokuspunkte und Optimierungshinweise zum Jugendmedienschutz aus der alltagspraktischen Perspektive. München: 2007, S. 18/34.

[49] vgl. zur Diskussion um die Selbstklassifizierung u. a.: Garfinkel, Simson L.: Good Clean PICS. Hotwired Network, 5. Februar 1997. Online abrufbar unter: http://www.wired.com/science/discoveries/news/1997/02/1867 und Strossen, Nadine: Kommentar zum „Memorandum zur Selbstregulierung von Internet-Inhalten". In: Waltermann, Jens/Machill, Marcel (Hrsg.): Verantwortung im Internet, Selbstregulierung und Jugendschutz. Gütersloh: 2000, Seite 120ff.

– Fehler automatisierter Systeme werden vermieden. Das System insgesamt wird effektiver, was auch seine Akzeptanz steigert.

– Die Verantwortung der Inhalteanbieter wird gestärkt.

International hat sich die Selbstklassifizierung aus verschiedenen Gründen bisher nicht durchgesetzt und wird hauptsächlich von Anbietern von Online-Erotik genutzt.

Den oben genannten Vorzügen stellen Kritiker folgende Probleme bei der Selbstklassifizierung gegenüber:

– Selbstbewertung ist für die Betreffenden aufwendig, unhandlich und teuer: Im März 2011 gab es über 14,2 Millionen .de-Domains, auf denen allein die Suchmaschine Google über 1,9 Milliarden Einzelseiten findet, unzählige Bilder und grafische Elemente auf den Seiten nicht mitgezählt. Dass es nahezu unmöglich ist, dies alles einer Selbstklassifizierung zu unterziehen, ist offensichtlich.

– Die Umsetzung von Kennzeichnungssystemen kann nur durch nationale Gesetze vorangetrieben werden. Dadurch kommt es zu einer nationalen Inselbildung, die bei starren Altersstufen noch stärker zutage tritt.

– Kontroverse Sprache wird unterdrückt. (Zum Beispiel muss Drogen- oder AIDS-Aufklärung für Jugendliche in sozialen Brennpunkten deren Sprache nutzen. Sie müsste aber gleichsam so gekennzeichnet werden, dass Filterprogramme diese blockieren würden).

– Kommerzielle und finanzstarke Anbieter werden bevorzugt, die Vielfalt wird eingeschränkt. Insbesondere für Mikromedien bedeutet Selbstklassifizierung und Kennzeichnung einen nicht zu leistenden Aufwand.

– Milliarden von Inhalten müssten nachträglich neu bewertet werden. Allein die deutschsprachige Wikipedia enthält (Stand: März 2011) über 1,2 Millionen Texte.

Selbstklassifizierung kann jedenfalls bei solchen Inhalten funktionieren, die auch offline einer Klassifizierung unterzogen werden beziehungsweise ohnehin schon klassifiziert sind, also zum Beispiel Kinofilme und Computerspiele. Der Aufwand ist im Verhältnis zur Inhaltsproduktion sehr überschaubar, die Klassifizierung in der Regel vorhanden. Eine standardisierte Kennzeichnung beim Online-Vertrieb kann dort daher nützlich sein. Da gleichzeitig die Altersstufen aus der Offline-Welt übernommen werden können, erhalten Erziehungsberechtigte eine gewohnte Hilfestellung.

Darüber hinaus herrscht auch in der Enquete-Kommission keine Einigkeit, was das Potenzial einer Selbstkennzeichnung – und damit des technischen Jugendschutzes überhaupt – angeht.[50]

3.5.2 Jugendschutzprogramme und die Rolle der Eltern

Nur wenn Eltern Jugendschutzprogramme auch installiert und aktiviert haben, können diese mit all ihren Funktionalitäten sowie die auf der Selbstklassifizierung beruhende Programmierung der Anbieter Wirkung entfalten. Bei der Bewertung von Jugendschutzprogrammen muss bedacht werden, dass diese als typische Funktionalität individuelle Konfigurationsmöglichkeiten für Eltern beinhalten. Dies bedeutet insbesondere, dass Eltern in der Lage sind, spezifische Seiten ausdrücklich zuzulassen. So kann der Einsatz von Jugendschutzprogrammen den Dialog zwischen Eltern und Kind fördern. Dies könnte zum Beispiel dadurch geschehen, dass Eltern über vom Programm blockierte Anfragen des Kindes informiert werden, um gegebenenfalls eine Freigabe zu erteilen oder eine gewollte Blockade erläutern zu können.[51]

Damit Eltern solche Lösungen in großem Umfang einsetzen, dürfen diese keine unverhältnismäßig hohen Kosten verursachen. Außerdem müssen sie Eltern bei der Medienerziehung zuverlässig unterstützen. Die Herausforderung ist hier, eine möglichst breite Akzeptanz für anerkannte Jugendschutzprogramme zu schaffen. Für eine Durchsetzung am Markt ist es darüber hinaus essenziell, dass die Bedienung möglichst einfach ist. Zudem müssen Installation und Konfiguration auch ohne umfangreiches technisches Vorwissen möglich sein.

Dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie gesetzlicher Jugendschutz auf Medienkompetenz – hier vor allem der Eltern – angewiesen ist, um effektiv funktionieren zu können, und diese Kompetenz der Unterstützung bedarf.

3.5.3 Die Anerkennungsproblematik

Die Anbieter von entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten erhalten Rechtssicherheit, wenn sie ihre Inhalte für ein von der KJM anerkanntes Programm kennzeichnen. Daher haben sie ein starkes Interesse daran, dass ein derartiger Inhaltsfilter anerkannt wird.

Seit dem Inkrafttreten des JMStV im Jahr 2003 ist es bislang keinem Hersteller gelungen, auch nur ein einziges Jugendschutzprogramm bei der KJM zur Anerkennung zu bringen. Aufgrund der Komplexität der Aufgabe und der damit verbundenen Unvollkommenheit der Softwarelösungen war es bislang nicht möglich, ein Jugendschutzprogramm mit einem Schutzniveau zu programmieren, das für anerkennungsfähig gehalten wurde. Für staatlich eingesetzte Organe wie die KJM stellt sich das Problem, dass durch eine Anerkennung für den Endnutzer möglicherweise jedoch ein solches umfassendes Schutzniveau suggeriert werden könnte. Diese Situation behindert die Entwicklung von Lösungen, die dem heute technisch Möglichen entsprechen.

Überdies könnte die Anbieterprivilegierung bei Selbstkennzeichnungen nicht mehr von der Anerkennung eines

---

[50] vgl.: Kapitel 5 Handlungsempfehlungen und weitergehende Leitfragen.

[51] Anmerkung: In der Praxis erweist sich diese theoretische Überlegung allerdings häufig als wenig realistisch: Die Anpassungen der Filterlisten bedeuten viel Aufwand. Eltern schalten die Filter häufig wieder ganz ab oder ihre Kinder umgehen diese. Zu bestehenden Akzeptanzproblemen siehe auch: Theunert, Helga/Gebel, Christa: Untersuchung der Akzeptanz des Jugendmedienschutzes aus der Perspektive von Eltern, Jugendlichen und pädagogischen Fachkräften. a. a. O.

konkreten Jugendschutzprogramms abhängig gemacht werden. Vielmehr kann ein technischer Standard anerkannt werden, auf dem dann eine Vielzahl von Jugendschutzprogrammen aufbauen kann. Deren Entwicklung würde dann dem Markt überlassen. Die Prüfung, ob die konkreten Programme dem Standard entsprechen, muss indes keine Aufgabe der Jugendschutzaufsicht sein.

4 Zielgruppen der Vermittlung von Medienkompetenz

4.1 Kinder im vorschulischen Alter

Kinder entdecken die Welt auf eine ihnen ganz eigene Weise. Sie orientieren sich vor dem Hintergrund ihrer Themeninteressen zunächst an Bekanntem, freuen sich aber über ergänzende Informationen.[52] Dazu nutzen Kinder auch ganz selbstverständlich unterschiedliche Medien wie Fernseher, Radio, Tonträger, Telefon, Spielkonsolen und anderes mehr. Das lässt sich durch eine Vielzahl wissenschaftlicher Untersuchungen belegen. Über die Computer- und Internetnutzung von Vorschulkindern indes gibt es bislang nur wenig belastbares Datenmaterial. Auch die *KIM-Studien* betrachten in der Regel erst Kinder im Alter von sechs Jahren aufwärts.

Es ist aber grundsätzlich davon auszugehen, dass in Haushalten, die über einen Computer beziehungsweise Netzzugang verfügen, diese auch von allen Familienmitgliedern entsprechende Aufmerksamkeit fordern und erfahren.[53] Computer, Smartphones, Tablets etc. stellen insofern selbst für die Jüngsten eine optische und akustische Reizquelle dar, die fasziniert. Dabei gehen Kinder unter sechs Jahren aufgrund ihrer zumeist nur grobmotorisch ausgeprägten Fähigkeiten aber anders mit dem Computer um als beispielsweise ältere Geschwister. Denn Vorschulkinder sind zwar durchaus touchscreen- oder maus-, aber nicht oder nur äußerst selten tastaturkompetent.[54] Hier können sich durch die Verbreitung von Tablet-PC in Zukunft Veränderungen der Notwendigkeiten ergeben.

Bereits heute aber stehen Vorschulkinder vor der Herausforderung, sich neue mediale Bewegungsmuster anzueignen, das heißt Auge, Hand und Computerbild zu koordinieren.

Jüngere Kinder haben zudem einen anderen Begriff vom „Surfen". Sie bewegen sich in der Regel auf nur einer Website. Auch die Suchstrategie ist – wenn sie überhaupt schon angewandt wird – recht einfach gehalten und folgt zumeist dem System „www.name.de". Es kann davon ausgegangen werden: Je jünger ein Kind ist, desto überschaubarer ist das Spektrum der von ihm genutzten Internetseiten. Vorschulkinder konzentrieren sich zumeist auf Ausschnitte einer Website, denn eine Bilder- und Geräuschflut auf dem Monitor kann sie überfordern. Ihr Fokus richtet sich in erster Linie auf die unterhaltsamen Inhalte (zum Beispiel Bilder, Filme, Spiele). Auch wurde in Untersuchungen festgestellt, dass die Aufmerksamkeit für ein Internetangebot bei Vorschulkindern in der Regel nach maximal 15 Minuten deutlich nachlässt. Bei Erwachsenen geschieht das hingegen erst nach bis zu zwei Stunden.[55]

Viele Kommunikationsangebote des Internets wie Chats und Foren werden von Vorschulkindern naturgemäß noch gar nicht genutzt, weil es ihre Lese- und Schreibkompetenzen übersteigt. Auch kommt es zu Verständnisproblemen, wenn sich Kinder beispielsweise mit englischen Begriffen oder bildhafter Sprache konfrontiert sehen. Gleiches gilt für die Nutzung von Suchmaschinen. Hier sind die Ergebnislisten oft derart umfangreich, dass Kinder aufgrund der ihnen fehlenden Kategorisierungs- und Einordnungsstrategien überfordert sind.

Nicht alle genannten Hürden der frühkindlichen Medienerziehung können allein durch Ausprobieren bewältigt werden. Jüngere Kinder sind in hohem Maße auf die Unterstützung ihrer Eltern angewiesen. Sie sollten nicht allein am Computer sitzen – und überhaupt erst dann, wenn sie selbst Interesse zeigen. Darüber hinaus sollte ein kindgerechtes Internetangebot vor allem Themen aus dem Lebensumfeld des Kindes aufgreifen, um es nicht zu überfordern, ihm aber stattdessen ein erfolgreiches Lernerlebnis zu ermöglichen.

Kindgerechte Internetangebote sollten sich an den motorischen Fähigkeiten der jungen Nutzerinnen und Nutzer orientieren. Sie sollten die bei den Kindern bereits vorhandenen Kompetenzen gezielt fördern. Gerade im vorschulischen Bereich kann auch der bewusste Einsatz visuell-akustischer Mittel auf Webseiten das kindliche Erfolgserleben fördern. Kinder sollten zudem die Chance haben, das im Internet erworbene Wissen selbständig in ihr eigenes Lebensumfeld einzuordnen. Eltern, aber auch Erzieherinnen und Erzieher in Kindertagesstätten können dabei unterstützend mitwirken, indem sie auf einen ausgewogenen Umgang mit dem Computer achten und ausreichend alternative Freizeit- und Lernmöglichkeiten in der realen Welt aufzeigen.[56]

4.2 Schülerinnen und Schüler

Die frühzeitige Medienerziehung und eine umfangreiche Geräteausstattung im Unterricht sind entscheidend, damit alle Schülerinnen und Schüler die Chancen der digitalen Gesellschaft nutzen können. Dabei gehören separate Computerräume jedoch zunehmend der Vergangenheit

[52] vgl.: Feil, Christine/Decker, Regina/Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei fünf- bis 12-jährigen Kindern. Wiesbaden: 2004, S. 161.

[53] vgl.: Theunert, Helga (Hrsg.): Medienkinder von Geburt an. Medienaneignung in den ersten sechs Lebensjahren. München: 2007.

[54] vgl.: Gebel, Christa/Wagner, Ulrike: Kinder und Jugendliche im Internet. Ein aktueller Forschungsüberblick. S. 41–58. In: Angebote für Kinder im Internet. Ausgewählte Beiträge zur Entwicklung von Qualitätskriterien und zur Schaffung sicherer Surfräume für Kinder. Herausgegeben von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), München: 2005.

[55] vgl.: Hochschule der Medien Stuttgart/User Interface Design GmbH: Studie Usability for Kids. 2007.

[56] vgl. auch: Stiftung Warentest. Feibel, Thomas: Kindheit 2.0 – So können Eltern Medienkompetenz vermitteln. Berlin: 2009.

an. Heute ist ein eigener mobiler Computer für jede Schülerin und jeden Schüler der Schlüssel zu den Wissensquellen im World Wide Web.

In einem Modellprojekt des Hamburger Senats beispielsweise wurden im Jahr 2009 rund 640 von Firmen gesponserte Netbooks im Schulunterricht eingesetzt. Sie dienten als Nachschlagewerke, zum Abspielen von Audio- und Videomaterial und ermöglichten die flexible Nutzung von Lernprogrammen.[57] Resümierend wurde betont, dass die Netbooks die Motivation der Schüler steigern konnten und sich anhand von Unterrichtsbeispielen nachvollziehen lässt, dass sie eine individuelle Unterrichtsgestaltung fördern.[58] Dennoch sind auch mobile Computer kein Allheilmittel bei fehlender Medienkompetenz. Entscheidend ist vielmehr, dass Inhalte sorgfältig aufbereitet werden.

Die aktuellen Ergebnisse der D21-Bildungsstudie 2011 *Digitale Medien in der Schule* zeigen den Bedarf an solchen Projekten. Demnach verfügen zwar 89,5 Prozent der deutschen Schulen über Computer, allerdings stehen nur selten tatsächlich jedem Schüler im Klassenzimmer ein PC, Notebook oder Netbook zur Verfügung. Die Studie macht zudem deutlich, dass mit der Mobilität der Geräte auch die Nutzungshäufigkeit steigt.

„Obwohl bereits in der Mehrheit der Schulen Computer für die Schüler zur Verfügung stehen, bedeutet das noch lange keine „Vollversorgung“ aller Schüler an diesen Schulen: In über der Hälfte der Schulen mit Computer stehen diese den Schülern nur zeitlich beschränkt zentral zur Verfügung, zum Beispiel in der Bibliothek oder im Computerraum. Nur in einem Viertel der Schulen gibt es in jedem Klassenzimmer einen Computer, in 7,5 Prozent der Schulen steht jedem Schüler im Klassenzimmer ein Computer zur Verfügung. In den meisten Schulen ist die Einbeziehung eines Computers in den Unterricht folglich mit Aufwand verbunden – es muss erst ein bestimmter Raum aufgesucht werden.“[59]

Neben der Ausstattung der Schulen nimmt die D21-Studie auch die Lehrerinnen und Lehrer in den Blick. Diese bemängeln ihrerseits fehlende pädagogische Fachkonzepte, die geringe Zahl an entsprechenden Weiterbildungen sowie eine nicht schulgerechte Soft- und Hardware.[60]

Um die digitalen Medien künftig ausreichend und nachhaltig in den Unterricht integrieren zu können, ist es notwendig, dass jede Schülerin und jeder Schüler über einen eigenen mobilen Computer verfügt. Dies ist im Schulalltag bislang nicht der Fall. Auch die privat verfügbaren Computer sind oftmals nicht ohne Weiteres zur Mitnahme in den Unterricht geeignet. Insofern ist es erforderlich, dass gemeinsam mit der Industrie ein modellhafter Schülercomputer entwickelt wird, der den besonderen Ansprüchen an Mobilität und Robustheit entspricht.

Doch erst durch eine bundesweite Koordination lassen sich Beschaffung und Wartung wirtschaftlich gestalten. Zu berücksichtigen sind ebenso spezielle Versicherungen, sodass die Schülercomputer über die gesamte Laufzeit einsatzbereit bleiben. Schließlich sind auch Finanzierungsmodelle erforderlich – mit entsprechenden Austauschzyklen der Geräte. In diesen Punkten hat beispielsweise die Initiative D21 eine konzeptionelle Vorarbeit geleistet, auf die es aufzubauen gilt.[61]

Neben der Geräteausstattung ist aber auch der Einsatz von Computern in der Schule ein Feld mit vielen Verbesserungsnotwendigkeiten. Durch Forschungsprogramme könnten hier Grundlagen geschaffen und Materialien zur Unterrichtsunterstützung erarbeitet werden – dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass sich Medienpädagogik als Querschnittaufgabe für alle Fächer bislang noch nicht durchgesetzt hat.

Ein weiterer Ansatz zur verbesserten Medienkompetenzarbeit mit Schülerinnen und Schülern könnte auch der gezielte Einsatz des so genannten viralen Marketings sein. Hierbei handelt es sich um eine Marketingform, die vor allem soziale Netzwerke und Medien nutzen, um mit aufmerksamkeitswirksamen Nachrichten auf ein Produkt, ein Ereignis oder ähnliches hinzuweisen. Gefällt dies den Nutzerinnen und Nutzern, senden sie es an Freunde und Bekannte weiter. Auf diese Weise kann beispielsweise für eine Kampagne ein maximaler Erfolg bei minimalem finanziellen Aufwand erzielt werden. Insofern ist virales Marketing geeignet – entsprechend vorbereitet und eingesetzt – ein wirksames Instrument zur Verbesserung der Medienkompetenz zu sein. Zumal nach dem Treffen mit Freunden die Internetnutzung die beliebteste Freizeitbeschäftigung deutscher Kinder und Jugendlicher zwischen zehn und 18 Jahren ist.[62]

Insgesamt 77 Prozent der Zehn- bis 18-Jährigen sind in sozialen Netzwerken angemeldet, 74 Prozent nutzen sie aktiv.[63] Insofern können junge Internetnutzer dort niedrigschwellig und direkt angesprochen werden. Die Besonderheit des viralen Marketings ist, dass hier nicht vordergründig mit Maßnahmen der Vermittlung von Medienkompetenz geworben wird. So können beispielsweise im Zusammenhang mit Informationen zum Datenschutz in sozialen Netzwerken interaktive Grafiken, Spiele oder Wettbewerbe zur Beteiligung der Nutzer eingesetzt werden. Diese Maßnahmen sind geeignet, ein Nachdenken über das eigene Verhalten im Internet anzuregen, das dann auch auf andere Anwendungsbereiche übergreift.

[57] Anmerkung: Zum Hamburger Netbook-Projekt im Schuljahr 2009/2010 ist der Projektbericht online abrufbar unter: http://www.hamburg.de/hamburger-netbook-projekt/

[58] vgl.: Behörde für Schule und Berufsbildung Hamburg: Hamburger Netbook-Projekt – Sekundarstufen-Schulen. Projektbericht, Dokumentation, Evaluation – Schuljahr 2009/10. S. 135.

[59] zit. nach: Initiative D21 (2011): Bildungsstudie. Digitale Medien in der Schule – Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner Atlas 2011. S. 9. Online abrufbar unter: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2011/02/NOA_Bildungsstudie_140211.pdf, S. 9.

[60] vgl.: ebd., S. 9.

[61] vgl.: ebd., S. 9ff.

[62] vgl.: BITKOM: „Internetnutzung auf Platz 2 der populärsten Aktivitäten von Teenagern“. Berlin: 2011. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/de/presse/8477_68089.aspx

[63] vgl.: BITKOM: „SchülerVZ beliebteste Community bei Teenagern“. Berlin: 2011. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/de/presse/30739_66665.aspx

Dass solche Ansätze funktionieren, zeigte sich beispielsweise beim Thema Privatsphäre-Einstellungen von Fotos in sozialen Netzwerken. Nachdem ein Großteil der Jugendlichen hier nur unzureichende Einstellungen vorgenommen hatte, wurde mit Hilfe von Intervideos, so genannten Virals, vor den Gefahren gewarnt. Ein wichtiger Teil der Kampagne war auch die Webseite www.watch yourweb.de, deren Arbeit von verschiedenen Bundesministerien unterstützt wird.[64] Binnen weniger Wochen änderte daraufhin ein Großteil der Kinder und Jugendlichen ihre Privatsphäre-Einstellungen. Nach einer Befragung durch das Netzwerk SchülerVZ gaben 45 Prozent der jungen Nutzerinnen und Nutzer an, dass sie – sensibilisiert durch die Kampagne – eigene Daten und Bilder im Internet nun vorsichtiger veröffentlichen.[65]

Was hier funktionierte, ließe sich auch auf viele weitere Themen des Internets übertragen, sollte aber stets moderiert und gesteuert werden. Eine Flankierung durch klassische Medien ist dabei unerlässlich, nicht nur mittels Anzeigenflächen und Werbezeiten, sondern auch durch verstärkte redaktionelle Aufbereitung der jeweiligen (aktuellen) Themen. Eine Steuerung dessen bietet sich im Rahmen von regelmäßigen Runden Tischen mit Vertretern aus Politik und Medien an.

4.3 Studierende

In den modularisierten Studiengängen werden an vielen Hochschulen beispielsweise im Rahmen der Berufsvorbereitung Medienbildungskurse angeboten. Oft ist Medienbildung dabei jedoch nur fakultativ und steht in Konkurrenz zu anderen Angeboten wie Fremdsprachen, Rhetorik-Seminaren usw. In Einführungsveranstaltungen zu Studienbeginn indes wird Mediennutzung oftmals vor allem als Recherchekompetenz behandelt. Die Ausführungen zur Medienbildung bei Hochschullehrenden (siehe Kapitel 4/5. Hochschullehrende) zeigen aber, dass darüber hinaus Medienbildung und die Nutzung interaktiver Medien kein flächendeckend integrierter Bestandteil der Hochschuldidaktik sind.[66]

Exemplarische Aussagen über die Medienkompetenz Studierender bietet eine repräsentative Umfrage an der Universität Passau aus dem Wintersemester 2008/09. Das Ergebnis wird wie folgt zusammengefasst: „Im Großen und Ganzen ist […] festzustellen, dass die Passauer Studierenden zwar mit Standard-Software und der Internet-Recherche gut vertraut sind, die Nutzung von Computer und Internet in anderen Bereichen jedoch weitaus geringer ausgeprägt ist. Auch zeigen sich an manchen Stellen, d. h. bezogen auf den Studiengang und Gender, noch größere Unterschiede.“[67]

Zusammenfassend lässt sich dieser Studie entnehmen, dass die kompetente Nutzung interaktiver Medien zur Recherche sehr hoch ist, das Erstellen eigener Inhalte aber nur von knapp einem Drittel der Studierenden aktiv betrieben wird. Bei der Einschätzung der eigenen Kompetenzen hinsichtlich der Nutzung von Standardsoftware und Multimedia-Anwendungen geben 58 Prozent der Studierenden „eher hoch“ an, 22 Prozent bewerten ihre diesbezüglichen Fähigkeiten mit „hoch“. In allen Bereichen schätzen Frauen ihre Kompetenzen geringer ein als Männer. Auffallend sind die nach Eigeneinschätzung unterdurchschnittlich geringen Kompetenzen der Lehramtsstudierenden für Primarstufe und Sekundarstufe I. Diese sind im Vergleich mit einer Studie aus dem Jahr 2006 sogar noch schlechter geworden.

4.4 Pädagogische Lehrkräfte

Die Selbstverständlichkeit des Umgangs mit interaktiven Medien in Schulen und Hochschulen ist noch nicht so weit durchgesetzt, als dass Medienbildung zu einer wesentlichen Aufgabe geworden wäre. Dazu sagte der Sachverständige *Stefan Aufenanger* im Rahmen der Öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission am 13. Dezember 2010:

„Ein wesentliches Defizit in Deutschland besteht darin, dass in der Lehrerbildung die Aneignung und Vermittlung von Medienkompetenz eine ganz geringe Rolle spielt. In nur wenigen Curricula der Lehrerbildung ist Medienpädagogik ein verpflichtender Bestandteil. Angehende Lehrerinnen und Lehrer lernen kaum den pädagogisch sinnvollen Einsatz digitaler Medien im Unterricht sowie die Vermittlung von Medienkompetenz. Dies sieht in vergleichbaren europäischen Ländern viel positiver aus. Gleiches gilt für Professorinnen und Professoren, die in der Lehrerbildung tätig sind. Sie setzen selbst kaum digitale Medien ein. In der Lehrerfortbildung werden zwar vielfältige Angebote unterbreitet, aber dies reicht insgesamt nicht aus.“[68]

In ähnlicher Weise äußerte sich auch die Initiative „Keine Bildung ohne Medien“ 2009 in ihrem *Medienpädagogischen Manifest*:

„In der Ausbildung von Erzieher/innen, Lehrer/innen, Erwachsenenbildnern/innen und Sozialpädagogen/innen ist generell eine medienpädagogische Grundbildung als verbindlicher Bestandteil der pädagogischen Ausbildung zu verankern. Daneben müssen spezifische medienpädagogische Ausbildungen in Form von Master-Studiengängen und als Wahlpflichtbereiche in anderen Studiengängen angeboten werden. Voraussetzung hierfür ist der erhebli-

---

[64] Anmerkung: Das Internetangebot wird vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend unterstützt und arbeitet mit mehreren Partnern im Bereich der sozialen Netzwerke, weiteren Inhalteanbietern und Jugendschutz- sowie Selbstkontrolleinrichtungen zusammen.

[65] vgl.: Jugend online/IJAB: watch your web – Jugendkampagne zur Sensibilisierung im Umgang mit persönlichen Daten im Internet. Projektbericht 2009. Online abrufbar unter: http://www.jugendnetz-berlin.de/ger/start/downloads/watch_your_web_projektbericht.pdf

[66] vgl.: Haug, Simone/Gaiser, Birgit: Schnittstellen im E-Learning. Zeitschrift für Hochschulentwicklung, Jg. 5/Nr. 4 (2010), S. 211–227.

[67] zit. nach: http://www.intelec.uni-passau.de/studi_befragung_ws0708_teil 5.0.html

[68] zit. nach: Aufenanger, Stefan: a. a. O., S. 2.

che Ausbau medienpädagogischer Professuren und Lehrstühle mit Infrastruktur an den Hochschulen.“[69]

Empirische Arbeiten zur Medienbildung von Lehrerinnen und Lehrern sind allerdings im Vergleich zur Erforschung der Medienkompetenzen von Schülerinnen und Schülern relativ wenig vorhanden. Dennoch ist festzustellen:

„[In] der Tendenz [setzen] je nach Schulart zehn bis 30 Prozent der Lehrerinnen und Lehrer die digitalen Medien regelmäßig im Unterricht ein. […] Genauere Zahlen liefert eine Untersuchung der Europäischen Kommission. Danach nutzten im Frühjahr 2006 knapp sechs Prozent der Lehrkräfte an deutschen Schulen den Computer in über der Hälfte ihrer Unterrichtsstunden, während 23,2 Prozent das Medium in maximal fünf Prozent ihrer Unterrichtsstunden einsetzten. […] 22 Prozent der Lehrkräfte hatten den Computer sogar noch nicht im Unterricht eingesetzt. […] Gleichzeitig sind die meisten Lehrkräfte privat überdurchschnittlich gut mit digitalen Medien ausgestattet und die meisten nutzen sie auch für ihre Unterrichtsvorbereitung.“[70]

Wie bei Schülerinnen und Schülern gilt auch hier, dass die Medienbildung unmittelbar von der Medienausstattung der Bildungseinrichtungen abhängig ist. Ohne entsprechende Infrastruktur und ohne miteinander kompatible Mediensysteme (Hard- und Software) in der pädagogischen Aus- und Weiterbildung sowie der Bildungseinrichtung selbst lassen sich gelernte Medienkompetenzen schwer praktizieren, weiterentwickeln und lehren. Die Medienbildung der Pädagogen ist dabei zentral für die Medienbildung der Schüler. Studien zeigen, „dass die Lehrerinnen und Lehrer dem Einsatz der digitalen Medien generell positiv gegenüber eingestellt seien. […] Dem gegenüber stehen aber Untersuchungen, die bei Lehramtsstudierenden und Berufsanfängern eine ausgeprägte medienkritische und bewahrpädagogisch orientierte Haltung zu Tage gefördert haben, von der angenommen werden kann, dass sie die Medienintegration einschränkt.“[71]

Die Entwicklung und Einführung medienpädagogischer Programme an Schulen ohne Beteiligung der Lehrkräfte sowie die Angst, durch interaktive Medien die Kontrolle über den Unterricht zu verlieren, verstärken eine ablehnende Haltung gegenüber der Integration interaktiver Medien in den Unterricht. Vor diesem Hintergrund wies der Sachverständige *Jürgen Ertelt* in der Expertenanhörung der Enquete-Kommission zur Medienkompetenz im Dezember 2010 darauf hin, dass sich Lehrerinnen und Lehrer mehr als Navigatoren und Katalysatoren des Bildungsprozesses verstehen, nicht aber belehren sollten.[72] „Der Teufelskreis: in Medienkompetenz schlecht aufgestellte Dozenten bilden wenig medienkompetente Pädagoginnen und Pädagogen aus, die auf erwartungsvolle Auszubildende mit anderer Mediensozialisation treffen, ist zu durchbrechen“.[73]

4.5 Hochschullehrende

Eine Studie von *Haug/Gaiser* aus dem Dezember 2010 zeigt, dass E-Learning-Angebote und damit der Einsatz von interaktiven Medien zwar an deutschen Hochschulen weit verbreitet sind, von den Lehrenden aber vor allem zur Arbeitsorganisation ihrer Angebote und nicht als eigenständige Lerninstrumente verwendet werden. Die E-Learning-Angebote sind in der Regel an die Rechenzentren der Hochschulen angebunden, verbreitet ist aber auch eine Verzahnung mit den Hochschulbibliotheken. Schnittstellen zu den Fakultäten und damit zur Lehre gibt es oft nur auf informeller Ebene im Rahmen persönlichen Engagements. Damit sind sie nicht dauerhaft etabliert. Hinzu kommt, dass E-Learning-Plattformen mit vorwiegend technischem Schwerpunkt betreut werden. Didaktische Aspekte hingegen spielen oft nur eine sehr untergeordnete Rolle. Das wiederum lässt sich laut der Ergebnisse von *Haug/Gaiser* mit den fehlenden mediendidaktischen Kompetenzen an deutschen Hochschulen begründen.[74]

Das E-Learning an deutschen Hochschulen wird durch unterschiedlichste Initiativen der Bundesländer gefördert. Dabei werden auch mediendidaktische Schwerpunkte gesetzt. Allerdings waren und sind solche Förderungen in der Regel auf die Einführungsphase beschränkt. Da aber der Einsatz von interaktiven Medien Mehrkosten für die Hochschulen bedeutet, ist eine Verstetigung des Angebots durch diese Förderung nicht gegeben.[75] Abgesehen davon vollziehen sich durch den Einsatz interaktiver Medien im Hochschulbereich mit Blick auf die Vorlesungs- oder Seminargestaltung sowie die konkrete Wissensvermittlung derzeit auch grundlegende strukturelle Veränderungen:

„Beim Einsatz neuer Medien in der Lehre lässt sich eine zunehmende Arbeitsteilung an den Hochschulen beobachten. Übernehmen Hochschullehrende in der traditionellen Lehrveranstaltung oftmals deren Planung, Durchführung und Betreuung, so ist im Kontext netzbasierter Lehrveranstaltungen eine stärkere Dezentralisierung der Arbeitsaufteilung zu beobachten […]: Neben den Hochschullehrenden, die weiterhin als Autoren der Lehrinhalte sowie als Betreuer und Organisatoren fungieren, werden Mediengestalter, Mediendidaktiker, Programmierer, TeletutorInnen usw. aktiv, um einen umfas-

---

69 vgl.: http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/?page_id=63

70 zit. nach: Breiter, Andreas/Welling, Stefan: Integration digitaler Medien in den Schulalltag als Mehrebenenproblem. In: Eickelmann, Birgit (Hrsg.): Bildung und Schule auf dem Weg in die Wissensgesellschaft. Münster: 2010, S.13 und siehe auch: http://www.e-cademic.de/data/ebooks/extracts/9783830922421.pdf

71 zit. nach: Breiter, Andreas/Welling, Stefan: a. a. O., S. 17.

72 vgl.: Öffentliche Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Kurzprotokoll 17/8, S. 7. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/index.jsp

73 zit. nach: Ertelt, Jürgen: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-C, S. 10. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-C_-_Stellungnahme_Ertelt.pdf

74 vgl.: Haug, Simone/Gaiser, Birgit: Schnittstellen im E-Learning. Zeitschrift für Hochschulentwicklung, Jg. 5/Nr. 4 (2010), S. 211–227.

75 vgl.: Bremer, Claudia/Göcks, Marc/Rühl, Paul/Stratmann, Jörg (Hrsg.): Landesinitiativen für E-Learning an deutschen Hochschulen. Medien in der Wissenschaft, Band 57, Münster: 2010, S. 7ff.

senden Produktions- und Betreuungsprozess netzbasierter Lehre zu gewährleisten. Gleichzeitig verlangt die Koordination dieser Aufgaben von den Hochschullehrenden Kompetenzen im Bereich des Projektmanagements. […] Neben den fachlichen Kompetenzen, die Hochschullehrende sicherlich in die Lehre einbringen, können jedoch nicht alle (medien)didaktischen und gestalterischen Aufgaben an andere delegiert werden, sondern die Hochschullehrenden müssen auch selbst eine ganze Reihe neuer Aufgaben übernehmen, die sie in der bisherigen, traditionellen Lehre nur ansatzweise oder gar nicht leisten mussten.

– Dazu gehört die detaillierte didaktische Planung der Veranstaltung. Da der Einsatz neuer Medien längerfristig geplant werden muss, ist eine rechtzeitige und genauere didaktische Planung notwendig, während in der Präsenzlehre auch ggf. kurzfristige Anpassungen möglich sind.

– Auch die Planung und Betreuung des Medieneinsatzes selbst muss von den Hochschullehrenden ansatzweise beherrscht oder für sie zumindest überschaubar sein. Das bedeutet, dass sie über ein gewisses Maß an Medienkompetenz verfügen müssen, um den Einsatz der Medien aufgrund deren Eigenschaften und technischen Anforderungen definieren zu können.

– Letztendlich gehört auch die Durchführung und Betreuung der netzbasierten Lehre selbst zu den Aufgaben der Hochschullehrenden. Neben der Betreuung der Lernenden durch Teletutoring, das zum Teil durch so genannte TeletutorInnen übernommen werden kann, wird auch die Betreuung, Pflege und Aktualisierung der multimedialen Materialien in dieser Phase wichtig.“[76]

Um diese modernen Formen der Wissensvermittlung sinnvoll einsetzen und langfristig etablieren zu können, müssen sowohl die Lehrenden als auch die Lernenden über entsprechende mediale Kompetenzen verfügen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt heißt das:

„Damit E-Learning-Szenarien funktionieren, müssen sowohl Autor/innen als auch Tutor/innen in diesem Bereich geschult werden. Vielfach haben Lehrende gute Konzepte und Ideen für E-Content, aber es fehlt ihnen das Wissen über eine professionelle, normgerechte technische Umsetzung. Damit wird einerseits der Zeitaufwand zur Erstellung sehr groß, andererseits wirken die erstellten Inhalte oft amateurhaft. E-Learning erfordert eine eigene Didaktik und Methodik. Nur wenn ein klares Konzept hinter einer Lerneinheit steht, kann diese funktionieren. Das bedeutet aber, dass sowohl Autor/innen als auch Tutor/innen verschiedene E-Learning-Konzepte kennen müssen. Sie sollten in der Lage sein, diese situationsgerecht einzusetzen und ihre Lernmodule danach auszurichten.“[77]

Einen Überblick über die Anforderungen von Medienbildung bieten auch:

– http://www.e-teaching.org/projekt/personal/medienkompetenz/ und

– http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/?page_id=63.

Insbesondere Letzteres, das *Medienpädagogische Manifest*, macht deutlich, dass Medienbildung aus dem Stadium der Projektförderung hinaus zu einem Querschnittbestandteil von Bildungsmaßnahmen, Lehrplänen usw. werden muss.

4.6 Eltern

Die Mediennutzung und -präferenzen von Kindern werden bereits in sehr frühem Alter durch ihr direktes Umfeld – in der Regel die Familie – geprägt. Gerade deshalb müssen Eltern verstärkt für dieses Thema sensibilisiert werden. Weil es jedoch oft schwierig ist, die Eltern diesbezüglich überhaupt zu erreichen, müssen Kindertagesstätten und Schulen versuchen, sie aktiv in die Medienbildung ihres Nachwuchses einzubinden. Dazu heißt es beispielsweise in der *KIM-Studie 2010*:

„Erwartungsgemäß zeigen sich hier auch deutliche Unterschiede je nach Bildungshintergrund. Für Dreiviertel der Eltern mit Volks- oder Hauptschulabschluss ist das Fernsehen am unverzichtbarsten, bei Eltern mit Abitur und/oder Studium trifft dies nur auf ein Drittel zu. Letztgenannte haben dagegen sehr viel häufiger die größte Bindung an Computer/Internet (23 Prozent, Hauptschule: zehn Prozent) oder Bücher (26 Prozent, Hauptschule: fünf Prozent). Die Präferenzen der Eltern spiegeln sich dann auch in denen der Kinder wider.“[78]

Es ist also umso wichtiger, Kindern in Bildungsstätten aber auch in anderen öffentlichen Einrichtungen wie Bibliotheken, Angebote zu machen, die ihr möglicherweise einseitiges oder begrenztes Spektrum an Medienerfahrungen erweitern. Andererseits wollen viele Eltern ihren Kindern bei der Erkundung der medialen Welt unterstützend zur Seite stehen, fühlen sich selbst aber nicht ausreichend informiert. Auch ein Großteil des Nachwuchses empfindet hinsichtlich der Fragen rund um das Internet die Eltern als wenig kompetente Ansprechpartner. Laut der Studie *EU Kids Online* stimmt der Aussage „Ich weiß mehr über das Internet als meine Eltern.” etwas mehr als ein Drittel (37 Prozent) der Neun- bis 16-Jährigen zu, ein weiteres knappes Drittel (31 Prozent) stimmt dem Satz zum Teil zu. Nur 32 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen sagen, dass die Eltern mehr Kenntnisse über das Internet hätten als sie selbst.

[76] zit. nach: Bremer, Claudia: Medienkompetenz von Hochschullehrenden im Kontext von Mediengestaltung und dem Erstellungsprozess netzgestützter Lehre. In: Bett, Katja/Wedekind, Joachim/Zentel, Peter (Hrsg.): Medienkompetenz für die Hochschullehre. Münster: 2004, S. 197f.

[77] zit. nach: http://www.bildung.at/files/downloads/Qualitaetskriterien_E-Learning.pdf, S. 47.

[78] vgl.: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2010. Online abrufbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf10/KIM2010.pdf, S. 59f.

Dabei mangelt es den Eltern nicht an Interesse. In der *KIM-Studie 2010* heißt es: „Am Thema ‚Kinder und Medien‘ sind 49 Prozent der befragten Haupterzieher sehr stark bzw. stark interessiert.“[79] Insgesamt 16 Prozent fühlen sich sehr gut, weitere 60 Prozent gut informiert. Eltern mit niedrigerem Bildungsgrad hingegen fühlen sich schlechter informiert und haben insgesamt auch weniger Interesse, dies zu ändern. Ein Drittel der Befragten ist der Meinung, dass es nicht genügend Informationen zum Thema „Kinder und Medien“ gibt. Als bevorzugte Informationsquelle in diesem Kontext gelten für 59 Prozent andere Eltern, 37 Prozent nennen hier die Schule der Kinder beziehungsweise deren Lehrer.[80] Die Erkenntnisse aus den Studien verdeutlichen einmal mehr den Bedarf an und auch den Wunsch nach umfangreichen und fundierten Informationsangeboten für Eltern.

Eltern kommt die zentrale Rolle bei der Entwicklung der Medienkompetenz ihrer Kinder zu. Die Enquete-Kommission erkennt an, dass das Elternhaus in besonderer Weise prägend für die Ausbildung von Medienkompetenz ist. Insofern müssen angesichts des sich rasant wandelnden Medienangebots stets auch die Eltern Adressaten von Maßnahmen zur Stärkung der Medienkompetenz sein. Dadurch kann ihr grundgesetzlich garantiertes Recht auf Pflege und Erziehung der Kinder gestärkt werden. Bei diesen Maßnahmen dürfen jedoch nicht nur die Risiken im Internet gesehen werden. Die Eltern sollten insbesondere auch die unzähligen Chancen ihrer Kinder in der digitalen Gesellschaft erkennen.

Neuere Ergebnisse der medienpädagogischen Forschung sehen zukünftige Schwerpunkte vor allem bei der Aufklärung der Eltern. Bislang fühlen sich Eltern in ihrer eigenen Medienkompetenz den Kindern und Jugendlichen häufig unterlegen. Verschiedene Landesmedienanstalten haben entsprechende Pilotprojekte initiiert und Erfahrungen gesammelt. So bietet beispielsweise die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen Veranstaltungen an, in deren Rahmen sich Eltern über die frühkindliche Nutzung von Medien, Internet, Mobilfunk und Computerspielen informieren können.[81] In diesem Zusammenhang sollte jedoch nicht nur eine technische Befähigung der Eltern angestrebt werden. Es muss ebenso ein selbstbestimmter und reflektierter Umgang mit den Inhalten des Internets vermittelt werden**.**

Das bedeutet auch: Eltern müssen sich für das Verhalten ihres Kindes im Internet interessieren. Sind bei jüngeren Kindern das begleitete Surfen im Internet oder der Einsatz von Jugendschutzprogrammen noch ein effizientes Mittel zur Wahrnehmung elterlicher Pflichten, ist bei Jugendlichen der Fokus auf das Aufstellen von verbindlichen Regeln zu legen. Fraglich bleibt, ob feste Vorschriften zur Nutzungsdauer von Medien oder zur Nutzung konkreter Inhalte gemacht werden können. Darüber hinaus ist es Aufgabe der Eltern, darauf zu achten, dass Schule oder Ausbildung sowie internetferne Freizeitbeschäftigungen nicht zu kurz kommen.

4.7 Menschen mit Migrationshintergrund

„Der Migrationshintergrund allein ist kein Merkmal der digitalen Spaltung, wie es oft vermutet wird. Alter, Bildungsabschluss und Einkommen wirken in ähnlicher Weise auf die Nutzung wie bei der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund.“[82] Zu dieser Feststellung gelangt die Initiative D21 in einer Sonderauswertung zum *(N)Onlineratlas 2008*. Ähnliche Aussagen trifft auch die Studie der ARD/ZDF-Medienkommission *„Migranten und Medien 2007“*.

Einige markante Ergebnisse des *(N)Onlineratlas 2008* seien hier kurz herausgegriffen:

- 64,3 Prozent der Menschen ohne Migrationshintergrund sind Onlinenutzer.
- 66,8 Prozent der Menschen mit eigener Migrationserfahrung und 75,3 Prozent der Menschen mit Migrationserfahrung der Eltern nutzen das Internet. [83]
- Jüngere Frauen (14 bis 29 Jahre) mit Migrationserfahrung der Eltern sind im Internet überdurchschnittlich häufig vertreten, hingegen nutzen ältere Zugewanderte (50 Jahre und älter) das Internet weniger stark als andere Alters- und Bevölkerungsgruppen.
- Ältere Frauen mit Migrationserfahrung der Eltern sind im Vergleich zu allen anderen Alters- und Bevölkerungsgruppen im Internet unterrepräsentiert.[84]
- Grundsätzlich ist die geringere Nutzung des Internets durch Ältere im Allgemeinen beziehungsweise von älteren Frauen im Speziellen auch in Erhebungen ohne Berücksichtigung eines möglichen Migrationshintergrundes zu erkennen.

Die Teilhabe an der Informationsgesellschaft wird generell als wichtiger Baustein für Chancengleichheit gewertet. „Zusätzliche Relevanz hat die Internetnutzung für benachteiligte Mitglieder der Gesellschaft, zu denen auch Personen mit Migrationshintergrund zählen – insbesondere im Hinblick auf gesellschaftliche Partizipation und politische Gleichberechtigung. Gerade für diese Bevölkerungsgruppe stellen zusätzliche Informationsressourcen, wie sie das Internet bietet, ein ganz besonderes Potential zur Erweiterung und Verbesserung ihrer Handlungsmöglichkeiten dar.“[85]

---

79 zit. nach: ebd., S. 62.

80 vgl.: ebd., S. 62f.

81 vgl.: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen: www.elternundmedien.de. Anmerkung: In Rheinland-Pfalz beispielsweise werden im Rahmen des Programmes „Medienkompetenz macht Schule“ jeder Schule 200 Euro für die Durchführung von Elternabenden/-nachmittagen zur Verfügung gestellt. Siehe auch: http://eltern.medien kompetenz.rlp.de/

82 vgl.: Initiative D21: Sonderauswertung zum (N)Onliner Atlas 2008 – Internetnutzung und Migrationshintergrund in Deutschland. Berlin: 2008, S. 4.

83 vgl.: ebd., S. 10. Anmerkung: Zur korrekten Einordnung der Zahlen sei ergänzt, dass die befragten Personen der Gruppen mit Migrationshintergrund im Durchschnitt zehn Jahre jünger sind als die Personen der Gruppen ohne Migrationshintergrund.

84 vgl.: ebd., S. 7.

85 vgl.: Kissau, Kathrin: Internetnutzung von Migranten – ein Weg zur Integration. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 39/2008, S. 29.

Das Institut für Politikwissenschaften der Universität Münster kam in einer Befragung zur Internetnutzung von Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion aus dem Jahr 2008 zu der Erkenntnis, dass das Internet zum einen als Informationsmedium für lokale deutsche Angebote wie Mitteilungsseiten von Behörden, Ratgeberseiten, zur Arbeitsplatzsuche oder zur Information über deutsche Traditionen und Lebensweisen genutzt wird. Zum anderen dient das Internet aber auch dazu, sich über Geschehnisse im Heimatland auf dem Laufenden zu halten. Das Internet wird ebenso genutzt, um den Kontakt zu weit entfernt wohnenden Familienangehörigen und Bekannten in den Herkunftsstaaten zu halten – meist geschieht dies in der jeweiligen Muttersprache.[86]

Eine Studie der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen beispielsweise hat die beschriebenen Erkenntnisse für NRW präzisiert. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Untersuchung sind, dass die Migrationsgeschichte der befragten Kinder und Jugendlichen keinen signifikanten Einfluss auf die Mediennutzung hat. Die Zielgruppe der Studie von *Weiß/Trebbe/Heft* waren Zwölf- bis 29-Jährige mit türkischem Migrationshintergrund und junge Aussiedler aus der ehemaligen Sowjetunion. Eine vielfach vermutete „digitale Kluft“ bei der Mediennutzung von Jugendlichen mit beziehungsweise ohne Migrationshintergrund konnte nicht festgestellt werden. Ausschlaggebend seien vielmehr soziale Faktoren, die die Mediennutzung beeinflussen. Insbesondere der sozioökonomische Status und die formale Bildung begründen hierbei die Unterschiede. Mit zunehmendem Bildungsstatus nimmt die Nutzung von Computer und Internet als Arbeitsmittel deutlich zu, unabhängig vom jeweiligen Migrationshintergrund. Dieser ist allerdings entscheidend, wenn es um die geschlechtsspezifische Mediennutzung geht.[87]

Auch wenn die Untersuchung von *Weiß/Trebbe/Heft* einen konkreten Erkenntnisgewinn brachte, besteht weiterhin Forschungsbedarf. Denn die Datenlage über das Nutzungsverhalten von Menschen mit Migrationshintergrund ist trotz der erwähnten Studien[88] noch lückenhaft und uneinheitlich: „Insgesamt stehen den Vermutungen über einen benachteiligten Medienzugang und Medienumgang bei jungen Menschen mit Migrationshintergrund heterogene Forschungsbefunde gegenüber. Neben der Feststellung von Differenzen im Vergleich zu gleichaltrigen Personen ohne Migrationshintergrund weisen einige Studien auf vielfältige Aneignungsweisen und Potenziale der neuen Medien in der Population der jungen Migranten hin. Unglücklicherweise ist die Generalisierbarkeit der Ergebnisse dieser Studien aus methodischen Gründen gering.“[89]

Der Expertenbeirat des Projekts *Onlinekompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland* des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend stellt in den „Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Onlinekompetenz von Migrantinnen und Migranten“ ebenso „einen erheblichen Forschungsbedarf im Hinblick auf die Onlinekompetenz von Menschen mit Migrationshintergrund“ fest.[90]

Gerade vor dem Hintergrund, dass es eine Reihe von Projekten und Initiativen gibt, die Medien in den Mittelpunkt von gesellschaftlichen Integrationsmaßnahmen rücken,[91] wäre eine fundiertere Datengrundlage über die qualitative Nutzung der Webinhalte wünschenswert. Insbesondere könnte hier ein Vergleich von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund interessante Erkenntnisse bringen und einen Erklärungsansatz liefern, warum die Onlinenutzung bei Menschen mit Migrationshintergrund gleich beziehungsweise sogar leicht höher ist als bei Menschen ohne Migrationshintergrund. Dies scheint ein umso lohnenswerteres Unterfangen zu sein, da bei den klassischen Medien Print und Radio[92] bislang immer von einer geringeren Nutzung durch Menschen mit Migrationshintergrund ausgegangen wird. So könnte vielleicht auch erklärt werden, welche Anreize und Motivationen sich aus dieser Zielgruppe wiederum für andere folgern lassen.

4.8 Menschen mit Behinderungen

Die Enquete-Kommission tritt dafür ein, dass Menschen mit Behinderungen – wie in der UN-Behindertenrechtskonvention Artikel 9 Absatz 1 und Absatz 2 garantiert – selbstbestimmt an der Gesellschaft teilhaben können. Interaktive Medien eröffnen ihnen dabei neue Chancen und Perspektiven. Eine Grundvoraussetzung für selbstbestimmte Teilhabe ist, all jene Benachteiligungen auszugleichen, denen Menschen mit Behinderungen täglich ausgesetzt sind. Trotz weitreichender Gleichstellungsgesetze schränken diese Hindernisse ihr Leben aber überall ein: auf dem Bahnhof, wenn Fahrstühle fehlen; im Internet, wenn Webseiten nicht barrierefrei gestaltet sind – und bei der Medienkompetenzvermittlung, wenn Bildungsangebote so konzipiert sind, dass behinderte Menschen nicht daran teilnehmen können.

---

86 vgl.: ebd., S. 31f.

87 vgl.: Trebbe, Joachim/Heft, Annett/Weiß, Hans-Jürgen: Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Band 63, Berlin: 2010.

88 vgl. Ausführungen zur Datenlage: ebd., S. 39ff und Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Onlinekompetenz von Migrantinnen und Migranten. Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., 2009, S. 7/18.

89 vgl.: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: a. a. O., S. 49.

90 vgl.: ebd., S. 7/18.

91 vgl.: Dialogforum „Medien und Integration“ der Bundesbeauftragten für Migration, Flüchtlinge und Integration. Berlin: 2010 und Initiative D21: IT-Roadmap zur gesellschaftlichen Integration. Ausgewählte Beispiele und Handlungsempfehlungen zum nationalen Integrationsplan. Berlin: 2007.

92 vgl.: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge: Mediennutzung von Migranten in Deutschland. Working Paper 34, Nürnberg: 2010, S. 29ff.

Insofern müssen bei der Konzeption von Angeboten zur Medienkompetenzbildung Bedürfnisse behinderter Menschen in besonderem Maße berücksichtigt werden. Das gilt nicht nur für die technischen Voraussetzungen und Hilfsmittel, die zur Verfügung gestellt werden, sondern vor allem auch für die didaktischen Methoden. Es muss sowohl Angebote geben, die sich ausschließlich an Menschen mit Behinderungen wenden – zum Beispiel um zu lernen, sich mit Hilfsmitteln im Internet zu bewegen – als auch solche, in denen Menschen mit und ohne Behinderungen gemeinsam lernen oder etwas gestalten können.

Zur Medienkompetenz von behinderten Menschen gibt es in Deutschland nur sehr wenige wissenschaftliche Erhebungen. Derzeit läuft an der Universität Dortmund in Zusammenarbeit mit der Stiftung Bethel vor Ort das Projekt *Anschluss statt Ausschluss*, das die Partizipation von Menschen mit Behinderungen an modernen Informations- und Kommunikationstechnologien untersucht. Denn „Medienkompetenz wird als ein Faktor bei der Entwicklung individueller Persönlichkeit und als ein entscheidendes Moment für Teilhabechancen in der Gesellschaft betrachtet. […] Für Menschen mit hohem Hilfebedarf […] hängt echte Chancengleichheit von der Barrierefreiheit des jeweiligen Mediums ab. Dies gilt für technische Aspekte ebenso wie für die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen bei der Aneignung von Medienkompetenz.“[93]

Projekte, die sich des Themas Barrierefreiheit annehmen, finden sich bislang nur vereinzelt. Zum Beispiel veranstaltete die Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW im März 2011 eine Fachtagung unter dem Titel *Digital ist besser! Medienprojekte für alle planen, gestalten, durchführen*. Diese „richtet[e] sich an alle, die barrierefreie Medienprojekte anbieten wollen.“[94]

Ein anderes Beispiel für vorbildliche medienpädagogische Arbeit mit behinderten Menschen kommt ebenfalls aus Nordrhein-Westfalen. Dort hat sich eine Arbeitsgruppe des Medienkompetenz-Netzwerks NRW (mekonet) zum Ziel gesetzt, mehr barrierefreie Angebote zur Stärkung der Medienkompetenz zu unterbreiten. Unter den Projekten finden sich sowohl exklusive (es nehmen nur behinderte Menschen teil) als auch inklusive (Menschen mit und ohne Behinderung lernen gemeinsam) Ansätze.[95]

Damit mehr dieser Angebote auch behinderten Menschen offen stehen, bedarf es flächendekkender Fortbildungen, die Lehrende/Multiplikatoren für das Thema Barrierefreiheit (sowohl technisch als auch didaktisch) sensibilisieren. Besser noch: Der Aspekt der Barrierefreiheit muss in jeder Fortbildung zum Thema Medienkompetenz berücksichtigt werden. Auch die Landesmedienanstalten haben an dieser Stelle eine große Verantwortung, ihre Projekte und Materialien entsprechend auszurichten.

4.9 Seniorinnen und Senioren

Vergleichsweise viele Daten liegen über die Internetnutzung älterer Menschen vor. Sie ist in den letzten Jahren merklich angestiegen, bleibt allerdings immer noch sehr deutlich hinter der der anderen Alterskohorten zurück. Am Willen der älteren Generation indes mangelt es nicht. Die Beliebtheit der 87-seitigen Broschüre *Wegweiser durch die digitale Welt für ältere Bürgerinnen und Bürger* der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen von 2008, die in zwei Jahren vier Auflagen erfahren hat, zeigt ein großes Interesse älterer Menschen an interaktiven Medien.

Die Zahl der gelegentlichen Onlinenutzer liegt in der Altersgruppe der über 60-Jährigen etwas unter 30 Prozent (*ARD/ZDF-Onlinestudie 2010*). In der Gruppe der über 65-jährigen Frauen liegt die Internetnutzung unter 25 Prozent (im ersten Quartal 2010: 23 Prozent nach Daten des Statistischen Bundesamtes 2010). Der Anteil der Internetnutzung von älteren Männern dagegen ist mit 42 Prozent deutlich höher. Das mag auch an geschlechtsspezifischen Stereotypen liegen, die besonders in der älteren Generation den Umgang mit moderner Technik prägen.[96]

Auch soziale Netzwerke werden im Alter durchaus frequentiert. Allerdings liegt deren Nutzung ebenso wie die von Blogs sehr weit unter dem Durchschnitt. Die folgende Tabelle aus der *ARD/ZDF-Onlinestudie 2010* zeigt dies deutlich.

Eindeutig zu erwarten ist, dass sich mit dem Nachrücken Jüngerer in die älteren Alterskohorten das Nutzungsverhalten dahingehend verändern wird, dass mehr und mehr internetbasierte Dienste selbstverständlich genutzt werden. Das gelernte Medienverhalten beeinflusst insofern auch das spätere. Darüber hinaus spielen aber ebenso neue Interessen und Bedürfnisse eine Rolle. Internetbasierte Kommunikation kann hier noch einen viel größeren Stellenwert haben als bei anderen Lebenslagen.

Mit den speziellen Bedürfnissen und Herausforderungen älterer Menschen befassen sich bereits einige Studien und auch zahlreiche Initiativen.[97]

---

[93] vgl.: http://www.fk-reha.tu-dortmund.de/Koerperbehinderten/cms/de/Forschung/Laufend/index.html

[94] vgl.: http://www.medienarbeit-nrw.de/cms-veranstaltungen/maerz-2011/

[95] vgl.: http://www.mekonet.de/t3/fileadmin/fachtagung/0601/hasenkox.pdf

[96] vgl.: Erb, Ulrike: Technikgestaltung aus Frauenperspektive. In: Winker, Gabriele/Oechtering, Veronika (Hrsg.): Computernetze, Frauenplätze. Frauen in der Informationsgesellschaft. Opladen: 1998, S. 186 und Wopfner, Eva: Ältere Menschen und Internetnutzung. Diplom arbeit, Innsbruck: 2006, S. 20. Online abrufbar unter: http://medienpaedagogik.kaywa.com/files/aeltere%20menschen%20und%20internetnutzung.pdf

[97] vgl. Überblick u. a. bei: Gehrke, Barbara (Hrsg.): Ältere Menschen, Neue Medien. Entwicklungschancen für künftige Medienprojekte für Frauen und Männer mit Lebenserfahrung in Nordrhein-Westfalen. Europäisches Zentrum für Medienkompetenz, Marl: 2008.

Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2010[98]
(Gelegentliche Onlinenutzung)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4
Geschlecht														
männlich	10,0	15,7	23,9	36,6	48,3	53,0	62,6	64,2	67,5	67,3	68,9	72,4	74,5	75,5
weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3	30,1	36,0	45,2	47,3	49,1	52,4	56,9	59,6	60,1	63,5
Alter														
14–19 Jahre	6,3	15,6	30,0	48,5	67,4	76,9	92,1	94,7	95,7	97,3	95,8	97,2	97,5	100,0
20–29 Jahre	13,0	20,7	33,0	54,6	65,5	80,3	81,9	82,8	85,3	87,3	94,3	94,8	95,2	98,4
30–39 Jahre	12,4	18,9	24,5	41,1	50,3	65,6	73,1	75,9	79,9	80,6	81,9	87,9	89,4	89,9
40–49 Jahre	7,7	11,1	19,6	32,2	49,3	47,8	67,4	69,9	71,0	72,0	73,8	77,3	80,2	81,9
50–59 Jahre	3,0	4,4	15,1	22,1	32,2	35,4	48,8	52,7	56,5	60,0	64,2	65,7	67,4	68,9
60 Jahre +	0,2	0,8	1,9	4,4	8,1	7,8	13,3	14,5	18,4	20,3	25,1	26,4	27,1	28,2
Berufstätigkeit														
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5	79,4	81,1	91,6	94,5	97,4	98,6	97,6	96,7	98,0	100,0
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4	48,4	59,3	69,6	73,4	77,1	74,0	78,6	81,8	82,3	82,4
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8	14,5	14,8	21,3	22,9	26,3	28,3	32,0	33,6	34,7	36,4

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1806, 2008: n=1802, 2007: n=1822, 2006: n=1820, 2005: n=1857, 2004: n=1810, 2003: n=1955, 2002: n=2293, 2001: n=2520, 2000: n=3514, 1999: n=5661, 1998: n=9673, 1997: n=15431). Ab 2010: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (2010: n=1804)

Web 2.0-Nutzung nach Alter und Geschlecht[99]
(Zumindest selten genutzt; Angaben in Prozent)

	Gesamt	Männer	Frauen	14–19 Jahre	20–29 Jahre	30–39 Jahre	40–49 Jahre	50–59 Jahre	ab 60 Jahre
Wikipedia	*73*	*76*	*70*	*95*	*85*	*80*	*71*	*58*	*45*
Videoportale (z. B. YouTube)	*58*	*66*	*50*	*95*	*85*	*65*	*51*	*34*	*14*
Private Netzwerke/ Communitys	*39*	*35*	*43*	*81*	*65*	*44*	*20*	*17*	*9*
Fotosammlungen, Communitys	*19*	*18*	*20*	*28*	*27*	*17*	*14*	*17*	*13*
Berufliche Netzwerke/ Communitys	*7*	*8*	*5*	*5*	*6*	*14*	*5*	*3*	*5*
Weblogs	*7*	*9*	*6*	*14*	*12*	*7*	*6*	*6*	*2*
Lesezeichensammlungen	*2*	*2*	*2*	*1*	*4*	*4*	*0*	*2*	*0*
Twitter	*3*	*4*	*2*	*9*	*4*	*2*	*2*	*4*	*0*

---
[98] vgl.: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 1998 bis 2010.
[99] vgl.: ebd.

Einige besondere Bedürfnisse von Seniorinnen und Senioren:

– Altern bedeutet heute keineswegs mehr, dass die Leistungsfähigkeit nachlassen muss, auch wenn formal gesehen der Ruhestand eingetreten ist. Weiterhin die Schaffenskraft und das Engagement einbringen zu können, wird ein Bedürfnis vieler Seniorinnen und Senioren sein, das über das Internet gefördert werden kann – sei es beruflich, politisch oder sozial.

– Gleichzeitig können Faktoren wie der Austritt aus dem Erwerbsleben, die Veränderung familiärer Strukturen, gesundheitliche Defizite oder abnehmende Mobilität gesellschaftliche Teilhabe allgemein und dadurch die Teilhabe an Medienbildungsangeboten erschweren. Das Internet kann helfen, „die erwähnten individuellen und gesellschaftlichen Veränderungen im Lebenslauf Älterer zumindest abzufedern und auszugleichen“.[100]

– Zu den Besonderheiten der Lebenssituation im Alter kann gehören, dass man – etwa bei Pflegebedürftigkeit – seine gewohnte Umgebung verlassen muss. Dann besteht oftmals ein gesteigertes Interesse daran, mit alten Umgebungen weiterhin verbunden zu bleiben. Auch hier können das Internet und insbesondere soziale Netzwerke eine wichtige Funktion erfüllen.

Die Erschließung des Internets ist für Ältere jedoch häufig mit besonderen Herausforderungen verbunden:

– Im digitalen Zeitalter wird für ältere Menschen die Alltagsorganisation zunehmend schwieriger. Onlinebanking, onlinebasierte Gesundheitskommunikation, Reisebuchungen im Internet, Assistenz- und Notrufsysteme, Kommunikation mit Freunden und Verwandten per VoIP (Voice over Internet Protocol), Videotelefonie – all dies sind Möglichkeiten, die den Alltag erleichtern sollen und können, zu denen viele Ältere aber noch keinen Zugang finden.

– Eingeschränkte Motorik: Mit dem Alter können Beschränkungen verbunden sein, die beispielsweise die Hand-Auge-Koordination betreffen. Dies kann eine Internetnutzung behindern.

– Eingeschränkte Sehkraft: Bei allen Bemühungen um Barrierefreiheit sind viele Internetangebote visuell orientiert. Eine eingeschränkte Sehkraft mindert daher auch das Potenzial zur Erschließung des Internets.

– Inadäquate Angebote: Viele Internetangebote sind immer noch von jungen Menschen für junge Menschen konzipiert, sodass Ältere nicht dort „abgeholt“ werden, wo sie sich kognitiv und emotional verorten.

– Bei den heutigen Seniorinnen und Senioren mögen auch psychologische Barrieren noch dazu führen, dass Internetangebote nicht wahrgenommen werden. Ebenso ist es denkbar, dass die Möglichkeiten des Internets als nicht hinreichend attraktiv eingeschätzt werden. Auch Unkenntnis über das Potenzial des Netzes kann ein Hindernis sein.

Hinsichtlich der Medienbildung für Ältere gibt es nach wie vor deutliche Defizite:

Bei der Vermittlung von Medienkompetenz steht zumeist die junge Generation im Fokus. Kinder und Jugendliche wachsen heute mit einer ganzen Vielfalt neuer Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten auf. Vor allem Ausbildungs- und Freizeiteinrichtungen bieten entsprechende Räume, moderne Kommunikationsformen zu erlernen und anzuwenden. Aber auch Erwachsene, die im Berufsleben stehen, werden durch verschiedene Bildungs- und Fortbildungsangebote in ihren medientechnischen Kompetenzen geschult. Endet die Erwerbsbiografie, bleibt vielen älteren Menschen der bislang weitgehend automatische Zugang zu formaler Bildung und Weiterbildung häufig verwehrt. Wie die oben genannten Beispiele nahelegen, wird in wenigen Jahren die Bewältigung des Alltags ohne Kompetenzen hinsichtlich der Nutzung interaktiver Medien kaum mehr allumfassend möglich sein, während gleichzeitig interaktive Medien gerade auch im Alter vielfältige Chancen bieten.

Dies erfordert von der älteren Generation nicht nur lebenslanges Lernen, sondern in Teilen auch einen Mentalitätswandel dahingehend, sich aktiv Wissen anzueignen. Dazu aber müssen die Angebote der Medienbildung künftig sehr viel stärker auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten älterer Menschen zugeschnitten sein (zum Beispiel Erreichbarkeit und Kommunikationsmöglichkeiten auch bei eingeschränkter Mobilität per Chat, VoIP oder Videotelefonie).

„Ob Ältere die technischen Neuerungen zu nutzen im Stande sind und ob sie sich mit dem Internet auseinander setzen wollen, hängt zum einen von den konkreten sozialen und materiellen Umständen, in denen sie leben, ab. Zum anderen stellen die medientypische Fachsprache, unzureichend vorhandene Medienkompetenz, geschlechtsspezifische Technikerfahrungen sowie benutzerunfreundliche Geräte zusätzliche Erschwernisse der Internetnutzung dar.“[101]

Medienbildung für Ältere muss also über die Kernkompetenzen der technischen Beherrschung interaktiver Medien hinaus, die besonderen Anforderungen der älteren Generation an die technischen Mittel (etwa Computer- und Softwaredesign) berücksichtigen. Zudem müssen zielgruppenspezifische Vermittlungsansätze entwickelt werden, die den Generationengraben zwischen von jungen Menschen geprägten Medienformen und älteren Menschen überbrücken können.

4.10 Journalistinnen/Journalisten und Multiplikatoren

Auch Journalistinnen und Journalisten müssen sich im Umgang mit interaktiven Medien neuen Herausforderungen stellen. Die schnelle Verbreitung von Informationen im Internet setzt die Produzentinnen und Produzenten von Nachrichten unter Druck: Will man eine Meldung vor der

[100] vgl. hierzu: Wopfner, Eva: a. a. O., S. 8f.

[101] zit. nach: Wopfner, Eva: a. a. O., S. 24.

Konkurrenz bringen, kommt die Überprüfung der Fakten oft zu kurz. Das „Watchblog für deutsche Medien“, bildblog.de, sammelt zahllose Fälle, in denen Journalisten fehlerhafte Meldungen ungeprüft aus unsicheren Quellen oder einfach aus anderen Medien übernehmen.

Als hauptberufliche Produzenten von Medieninhalten sind Journalisten auch im Internet (immer noch) die Multiplikatoren mit der größten Reichweite. Bei der (Weiter-) Verbreitung von Informationen tragen sie somit eine besondere Verantwortung – gerade weil sich auch andere Multiplikatoren auf ihre Glaubwürdigkeit verlassen. Journalisten müssen deshalb die schnelle und unkomplizierte Verfügbarkeit von Informationen im Internet und deren unendliche Fülle besonders versiert nutzen können. Medienschaffende brauchen demnach eine besonders hohe Medienkompetenz.

Kompetenz im Umgang mit interaktiven Medien

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen befragte im Rahmen der Studie *Journalismus und Twitter. Der Einfluss des ‚Social Web‘ auf die Nachrichten.* Leiterinnen und Leiter von Internetredaktionen. Auf die Frage „Wie schätzen Sie die Kompetenz Ihrer Redaktionsmitglieder beim Umgang mit Social Web-Diensten ein?“ antworteten nur sieben Prozent der Befragten mit „nicht verbesserungsbedürftig”. Einen starken Verbesserungsbedarf sehen hingegen 60 Prozent der Befragten, für etwas verbesserungswürdig hält ein Drittel der Befragten die Kompetenz ihrer Mitarbeiter.[102]

Auf die Frage, wie die Mitarbeiter ihre Kompetenz im Bereich Social Web-Dienste erworben haben, werden Learning by Doing (98 Prozent) und der informelle Austausch mit Kollegen (71 Prozent) am häufigsten genannt. Eine Weiterbildung in der Redaktion wird in 28 Prozent der Fälle angegeben, extern findet sie mit 17 Prozent noch seltener statt.

Über das Volontariat (13 Prozent) und die sonstige Journalistenausbildung (zehn Prozent) wird Social Web-Kompetenz bislang nur selten vermittelt. In der systematischen Aus- und Weiterbildung für das Social Web besteht also erkennbar noch ein erheblicher Nachholbedarf. Es überrascht vor diesem Hintergrund nicht, dass das Statement: „Das Social Web sollte in der journalistischen Ausbildung eine größere Rolle spielen.“ große Zustimmung von den Redaktionsleitern erhält (85 Prozent).[103]

[102] vgl.: Neuberger, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian: Twitter und Journalismus. Der Einfluss des ‚Social Web‘ auf die Nachrichten. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, LfM-Dokumentation Nr. 38, Düsseldorf: 2010, S. 66. Online abrufbar unter: http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/catalog/downloadproducts/LfM_Doku38_Twitter_Online.pdf

[103] vgl.: Neuberger, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian: LfM-Studie. Twitter als Resonanzraum und Recherchehilfe. Redaktionsbefragung der Universität Münster. Mangelhafte Ausbildung für den Microblogging-Dienst. Münster: 2010, S. 4. Online abrufbar unter: http://lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Pressemeldungen/LfM-Studie_Twitter_als_Resonanzraum_und_Recherchehilfe_-_Zusammenfassung.pdf

Recherchekompetenz

Ebenfalls im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen entstand im Jahr 2008 in Zusammenarbeit mit der Universität Leipzig die sehr umfangreiche Mehrmethodenstudie *Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online*.

Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler haben auf der Basis ihrer Forschungsergebnisse einen Katalog mit Handlungsempfehlungen erarbeitet. Dabei sind für die Enquete-Kommission vor allem folgende Vorschläge relevant:

- Institutionalisierung der Recherche – besonders der Überprüfung – in den einzelnen Redaktionen durch die Schaffung von spezialisierten Rechercheteams,
- feste Verankerung einheitlicher Ausbildungsinhalte in Bezug auf Onlinerecherche bei Journalistenschulen, Universitäten und Volontariatsbetrieben,
- Exzellenzinitiative „Onlinerecherche“ für kleine Redaktionen.[104]

In Folge der Studie wurden Qualifizierungsmaßnahmen zur Erhöhung der Onlinerecherche-Kompetenz von Journalistinnen und Journalisten entwickelt. Diese sind unter dem Titel *Online-Recherchestrategien für Journalistinnen und Journalisten. Workshopmaterialien für die Aus- und Weiterbildung* im Oktober 2009 veröffentlicht worden.[105]

4.11 Erwerbslose

Die Tatsache, dass ein kompetenter Umgang mit Medien immer mehr konstitutiver Bestandteil gesellschaftlicher Teilhabe und beruflicher Fähigkeiten ist, macht deutlich, wie sehr Medienbildung nicht nur Teil der beruflichen Weiterbildung sein sollte, sondern auch in die Förderangebote von Erwerbslosen integriert werden muss.

Erste Ergebnisse aus dem Projekt *Die Bedeutung des Internets für gesellschaftliche Teilhabe am Beispiel alltäglicher Praktiken Erwerbsloser* der Technischen Universität Hamburg-Harburg legen nahe: „Das Internet erscheint als Kompensationsmedium im Bereich Kultur und Bildung, als Medium für Zeitvertreib und Freizeitgestaltung, als Medium für Empowerment im Bereich Rechte, als alternative Einkommens- oder Zuverdienstquelle, als Mittel der Tagesstrukturierung, als sozialer Ort und Heimat, als Raum für Solidarität oder als Arbeitsmittel für politisches Engagement. Längst ist das Internet viel mehr als nur ein Informationsmedium.“[106]

[104] vgl.: Machill, Marcel/Beiler, Markus/Zenker, Martin: Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online. Abstract, Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen. Berlin: 2008. Online abrufbar unter: http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Veranstaltungskalender/zus-jourrech_01.pdf

[105] vgl.: http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz/Foerderung-der-aus-und-fortbildung/qualifizierungsangebot-journalistische-recherche-im-internet.html

[106] zit. nach: Englert, Kathrin/Gerbig, Do./Schwarz, Bentje: a. a. O., S. 4.

Insofern darf eine vorübergehende Erwerbslosigkeit nicht dazu führen, dass man den Anschluss an die digitale Welt verliert. Deshalb müssen konkrete Schulungs- und Wissensvermittlungsangebote unterbreitet werden, die ein besonderes Augenmerk hinsichtlich der Medienkompetenzvermittlung auf diejenigen Bevölkerungsgruppen legen, die Gefahr laufen, von den Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung abgeschnitten zu werden.[107]

4.12 Berufstätige

Berufstätige finden sich in vielen der bereits angesprochenen Zielgruppen. Dennoch haben gerade berufstätige Menschen besondere, eigene Bedürfnisse. Sie stellen keine homogene Gruppe dar, die mit Angeboten zur Vermittlung von Medienkompetenz angesprochen werden kann. Dafür sind die individuellen Anforderungsprofile an Berufstätige zu unterschiedlich.

In vielen Berufsfeldern gehört die Nutzung interaktiver Medien zum Arbeitsalltag – insbesondere in der Kommunikation, sei es innerbetrieblich, mit Geschäftspartnern oder Kunden. Dies gilt mittlerweile für nahezu alle Branchen. Entsprechend ist es von besonderer Relevanz, praxisorientierte Medienbildung bereits in der Ausbildung fest zu verankern. Zudem sind Weiter- und Fortbildungsmaßnahmen im Bereich interaktiver Medien wichtige Maßnahmen zur Qualifizierung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern.

Medienkompetenzvermittlung darf sich dabei aber nicht auf die außerbetriebliche Aus- und Fortbildung beschränken, sondern muss arbeitsplatzbezogen stattfinden. Positiver Nebeneffekt beruflicher Aus- und Weiterbildung im Bereich interaktiver Medien ist die Befähigung zur digitalen Partizipation auch außerhalb der Arbeitswelt. Entsprechend der Feststellung, dass Medienbildung ein immerwährender Prozess ist und praxisorientiert verlaufen muss, sollte die Nutzung interaktiver Medien am Arbeitsplatz möglichst ohne Einschränkungen gestattet sein.

Aufgrund der unterschiedlichen Berufsprofile sind insbesondere auch die Tarifpartner gefordert, zusätzliche Instrumente der Weiterbildung mit Blick auf die Vermittlung von Medienkompetenz im Beruf zu entwickeln und einzusetzen. Denkbar sind Angebote für Arbeitnehmer, die dem Arbeitgeber durch eine bessere Qualifikation seiner Beschäftigten unmittelbar zugute kommen.

Fortbildungsmaßnahmen im Bereich Medienkompetenz erweisen sich auch dann als sinnvoll, wenn Onlinearbeit nicht primär zum Betätigungsfeld gehört. Die Schnelligkeit digitalen Wandels kann leicht Berufsfelder erfassen, die zurzeit noch weitgehend ohne interaktive Medien auskommen, sodass Weiterbildung in diesem Bereich Berufstätige nicht nur in ihren Möglichkeiten gesellschaftlicher Partizipation fördert, sondern immer auch auf künftig eventuell notwendige neue berufliche Fähigkeiten vorbereiten kann.[108]

Mit Blick auf alle genannten Zielgruppen bleibt festzustellen:

Medienkompetenz als das Erlernen des verantwortlichen Umgangs mit Medien sollte nicht ausschließlich getrennt nach Altersgruppen vermittelt werden. Dem Zusammenwirken von Kindern, Jugendlichen, Erwachsenen und Senioren kommt hierbei in Zukunft eine immer größere Bedeutung zu. Ältere Menschen, die sich den Umgang mit dem Internet nicht zutrauen, können durch die jüngere Generation an die Möglichkeiten des Netzes, speziell auch sozialer Netzwerke, herangeführt werden. Umgekehrt ist aber ebenso davon auszugehen, dass Jüngere von dem Wissen Älterer profitieren, was zum Beispiel der Einordnung und Bewertung von Informationen zu Gute kommen kann.

5 Handlungsempfehlungen und weitergehende Leitfragen

5.1 Generelles

Die Enquete-Kommission sieht als zentrales Ziel die reale, selbstbestimmte Teilhabe aller an der Informationsgesellschaft an („digitale Selbstständigkeit“). Dazu müssen auf den Ebenen Zugang, Fähigkeit und Aktivität Voraussetzungen vorliegen, die bislang noch nicht für alle Bevölkerungsgruppen gegeben sind.

Was diese digitale Selbstständigkeit an Kompetenzen erfordert, hängt auch von den spezifischen Lebenslagen ab. Insofern haben beispielsweise Kinder und Jugendliche besondere Bedürfnisse. Neue Lebenslagen aber – etwa die Rolle, als Eltern Verantwortung zu tragen – können neue Anforderungen bergen und Fragen des Kompetenzerwerbs mit sich bringen.

Kompetenzerwerb kann auf ganz unterschiedliche Weise erfolgen. Angesichts der Bedeutung, die digitale Selbstständigkeit für die Teilhabe hat, bedarf es einer ständigen Prüfung, welche Voraussetzungen für welche Lebenslagen gegeben sein müssen, damit diese Selbstständigkeit für alle erreichbar ist. Wo Defizite bestehen, sollten sie mit passenden Angeboten zur Kompetenzvermittlung ausgeglichen werden.

5.2 Zielvorstellungen

Rahmenbedingung der Vermittlung von Medienkompetenz ist neben dauerhafter Investition in die nötige Infrastruktur ein innovationsfreundliches Klima im Bildungs-

[107] Die Fraktion DIE LINKE. hat an dieser Stelle einen ergänzenden Text eingebracht, dem sich die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN anschließt. Siehe Kapitel 6 Sondervoten und Ergänzungen.

[108] Ergänzender Text der Fraktion DIE LINKE. und der Sachverständigen Annette Mühlberg:
„13. Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger / Wichtig für die verantwortungsvolle Gestaltung von IT-Infrastrukturen, Arbeitsorganisation und Softwareeinführung ist das Verständnis der normsetzenden Kraft der Informationstechnik und der Interdependenz von technischen, wirtschaftlichen, (grund-)rechtlichen und gesellschaftlichen Fragen. Deshalb hat insbesondere die Medienkompetenz der Entscheidungsträger in Unternehmen, Politik und Verwaltung erhöhte Relevanz.“

system, dass die Initiative einzelner Akteure und damit pädagogische und didaktische Neuerungen fördert.

Der Sachverständige *Jürgen Ertelt* wies in der Expertenanhörung der Enquete-Kommission zum Thema Medienkompetenz am 13. Dezember 2010 zudem darauf hin, dass Lehrende aufgefordert sind, ihr bisheriges Bild von Lehre zugunsten von gegenseitigem Lernen aufzugeben. Ihre neue Rolle ist die eines Navigators und Katalysators. Gerade Jugendliche sind als Experten anzuerkennen und für so genanntes Peer-to-Peer-Teaching zu gewinnen.

Folgende Ziele wurden von der Enquete-Kommission identifiziert:

– Grundlagenkenntnis: Beherrschen der Kulturtechniken Schreiben und Lesen,

– technische Fähigkeiten (Umgang mit Hard- und Software, Grundverständnis vom Aufbau des Internets, Grundkenntnisse im Programmieren etc.), die vor allem auf das Verstehen von Zusammenhängen und die Befähigung zum Selbstlernen abzielen,

– kritisches Hinterfragen von Inhalten (Quellen einschätzen, Absichten von Sendern erkennen, Sensibilisierung für Werbebotschaften etc. Dies ist ebenso für den Umgang mit klassischen Medien wichtig – zum Beispiel Zeitungsprojekte, die auch für den Umgang mit Onlineinhalten positive Effekte haben können.),

– kompetenter Umgang mit der Informationsflut (Grundverständnis der Funktionsweise von Suchmaschinen; Vermeiden einseitiger Informationsauswahl, stattdessen sinnvolle Nutzung der Meinungsvielfalt im Netz),

– Risikobewusstsein (Kostenfallen, Datenschutz, Betrug, Missbrauch),

– Kreativität beim Umgang mit und dem Schaffen von Inhalten, aber auch Grundsätzliches wie Werte und soziale Kompetenz (Problembewusstsein für Cyber-Bullying; sich verantwortungsvoll bewegen in einem mehr oder weniger anonymen Raum etc.),

– Informationskompetenz, also die Fähigkeit, Informationen zu bewerten und zu nutzen, Unbedeutendes auszusortieren sowie einschätzen zu können, wie viele Informationen situationsbezogen angegeben werden müssen/können,

– Befähigung zum Erstellen eigener Inhalte (Webseite, Blog, Film, Musik, eventuell Software-Entwicklung).

Technische Fähigkeiten sollten dabei technologieneutral und unabhängig von Herstellern vermittelt werden. Medienkompetent ist beispielsweise nicht, wer gelernt hat, mit einem bestimmten Textverarbeitungsprogramm Serienbriefe zu erstellen. Medienkompetent ist, wer mit vertretbarem Zeitaufwand selbstständig in einem beliebigen Textverarbeitungsprogramm Serienbriefe erstellen kann, ohne es zuvor gelernt zu haben. Fehlende Medienkompetenz kann zudem erhebliches Konfliktpotenzial in sich bergen, wenn es beispielsweise um Datenschutz und Selbstdatenschutz oder auch den Verbraucherschutz geht. Dies gilt ebenso mit Blick auf andere gesellschaftliche Werte und Schutzziele wie zum Beispiel das Urheberrecht.

Im Zusammenhang mit der Informationskompetenz kommt auch der Nutzung von Qualitätsmedien – etwa der Verlage, aber ebenso der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten – eine wesentliche Rolle zu. Denn sie sind wichtige Garanten für qualitativ hochwertige und geprüfte Angebote, die in der Weite des Internets verlässliche Informationsquellen darstellen und Orientierungspunkte bieten können.

Der Sachverständige *Harald Gapski* schrieb in seiner Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission am 13. Dezember 2010: „Auf Basis eines systemischen und konstruktivistischen Ansatzes zur Förderung von Medienkompetenz sollte die Betonung auf die zielgruppengerechte Gestaltung von Umgebungen und Räumen gelegt werden, in denen sich Medienkompetenz entwickeln kann. Es geht streng genommen nicht um eine Vermittlung von Medienkompetenz von einem kompetenten Sender zu einem weniger kompetenten Empfänger, sondern um eine Entwicklung im Sinne einer Selbsthervorbringung von Kompetenz durch bedarfsorientiertes und lebensweltorientiertes Lernen.“[109]

Die Enquete-Kommission weist an dieser Stelle auch ausdrücklich auf die Vorschläge der Länderkonferenz Medienbildung hin. Im Positionspapier *Kompetenzorientiertes Konzept für die schulische Medienbildung* von 2008 heißt es:

„Medienbildung wird in sechs Kompetenzbereichen betrachtet: Information, Kommunikation, Präsentation, Produktion, Analyse und Mediengesellschaft. Diese Kompetenzbereiche weisen […] vielfältige Wechselbeziehungen auf: Die Bereiche Information, Kommunikation und Präsentation können vorrangig dem methodisch-didaktischen ‚Lernen mit Medien‘, die Bereiche Produktion, Analyse und Mediengesellschaft dem inhaltlichen ‚Lernen über Medien‘ zugeordnet werden.“[110]

Im Bereich der Erwachsenenbildung hingegen sieht die Enquete-Kommission Handlungsbedarf in der Verarbeitung von Informationen mit neuen digitalen Mitteln. Während Informationsquellen von Erwachsenen oft leicht identifiziert werden, fehlt es an der Kompetenz, diese dauerhaft für sich nutzbar zu machen, beispielsweise durch Archivierungstools oder Plattformen zur Weiterverbreitung. Die Vermittlung dieser Organisations- und Vernetzungsfähigkeiten kann im weiteren Verlauf zu einer schrittweisen Umsteuerung hin zu neuen, auch gesell-

[109] zit. nach: Gapski, Harald: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-D, S. 8. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-D_-_Stellungnahme_Gapski.pdf

[110] vgl.: http://www.laenderkonferenz-medienbildung.de/LKM-Positionspapier.pdf

schaftlich-politischen Möglichkeiten der Partizipation führen.

Die Enquete-Kommission sieht ihre Aufgabe darin, mit Blick auf die Medienkompetenzvermittlung realistische Ziele zu setzen. Wie zahlreiche Projekte in Ländern und Kommunen zeigen, lassen sich bei der Vermittlung von Medienkompetenz in allen Bereichen gute Ergebnisse erzielen. Wichtiger ist, dass auch in allen Kompetenzbereichen ausreichende, aufeinander aufbauende beziehungsweise miteinander verzahnte und qualitativ hochwertige Angebote gemacht werden.

In der öffentlichen Anhörung der Enquete-Kommission zur Medienkompetenz am 13. Dezember 2010 sagte die Sachverständige *Kathrin Demmler* dazu: „Alle Akteure, Institutionen und Einrichtungen, insbesondere die bildungspolitisch Verantwortlichen der Familien-, Jugend-, Schul- und Kulturpolitik sind aufgefordert, gemeinsame fachlich qualifizierte, strukturell verankerte und langfristig angelegte Initiativen und Maßnahmen der Medienkompetenzförderung zu etablieren.“[111]

5.3 Medienkompetenz-Projekte und -Initiativen

Die Enquete-Kommission erkennt an, dass auf der Ebene von Ländern und Kommunen, des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, durch die Wirtschaft und zivilgesellschaftliche Akteure viele dieser Defizite bereits engagiert adressiert werden. Wichtige Empfehlungen hat auch die Initiative „Keine Bildung ohne Medien“[112] vorgelegt. Die Enquete-Kommission sieht darin wesentliche Impulse für die weitere Diskussion zur Stärkung der Medienkompetenz. Darüber hinaus aber sollen im Folgenden einige Anregungen gegeben werden, wie das Angebot von Medienkompetenz-Projekten und -Initiativen noch verbessert werden kann.

1. Medienbildung als Verantwortung aller

Medienkompetenzerwerb ist zuallererst die Aufgabe jedes Einzelnen selbst. Wo dies jedoch der Unterstützung bedarf, ist es eine staatliche, vor allem aber auch eine gesellschaftliche Aufgabe. Insbesondere Unternehmen, die von der digitalen Gesellschaft profitieren, haben hier eine Verantwortung, der sie in noch stärkerem Maße nachkommen sollten, als es bislang schon geschieht.

Eine zeitgemäße Ausstattung öffentlich geförderter Bildungs-, Begegnungs- und Kultureinrichtungen mit Zugängen zu interaktiven Medien gehört zu dieser Unterstützungsaufgabe.[113]

2. Zieldefinition und Evaluation

Das Thema Medienkompetenz-Förderung ist in der Gefahr, in der Politik vor allem für aufmerksamkeitserregende Kampagnen instrumentalisiert zu werden. Um dem abzuhelfen, sollten Bedarfe klar erhoben und Maßnahmen grundsätzlich evaluiert werden.

Maßnahmen und Kampagnen der Medienkompetenz-Förderung müssen dann, wenn auch und vor allem öffentliche Mittel verwendet werden, stärker fokussiert sein als bislang. Dazu sind insbesondere eine genaue Zieldefinition und eine regelmäßige Evaluation erforderlich, um Fehlallokationen zu vermeiden.

3. Stärkere Vernetzung der medienpädagogischen Aktivitäten auf Bundes- und Landesebene

Die Rahmenbedingungen der Medienbildung lassen sich nicht sektoral separiert beurteilen. Medienkompetenz als Querschnittanforderung berührt so unterschiedliche Politikfelder wie Familien- und Jugendpolitik, Bildungs- und Forschungspolitik, Medien-, Netz- und Wirtschaftspolitik, ohne dass diese Auflistung annähernd abschließend wäre. Auch vor dem Hintergrund der zahlreichen bestehenden Initiativen, wissenschaftlichen Ansätze, Förderprojekte und Kampagnen muss es politisch daher vor allem darum gehen, künftig eine stärkere Koordinierung und Abstimmung zu erreichen. Dies betrifft nicht zuletzt auch eine stärkere Abstimmung zwischen Bund und Ländern.

Der Bund unterstützt medienpädagogische Aktivitäten auf vielfältige Weise, auch wenn die regulatorische Kompetenz bei den Ländern liegt. Zu nennen sind das „Netz für Kinder“ und viele weitere Initiativen.[114] Bislang erscheint die Vernetzung eher zufällig und ist verbesserungsfähig. So können etwa Aktivitäten des Bundes – wenn die Länder sich für Jugendschutzprogramme entschieden haben – den Umgang mit ihnen erklären und ihre Verbreitung fördern.

Um das Zusammenwirken der verschiedenen am Thema Medienbildung beteiligten Politikfelder (Bildung, Medien, Jugend, Wirtschaft etc.) sowie die Reaktion auf neu auftretende technische Möglichkeiten und soziale Phänomene im Netz zu verbessern, empfiehlt die Enquete-

[111] zit. nach: Demmler, Kathrin: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-B, S. 3. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-B_-_Stellungnahme_Demmler.pdf

[112] vgl.: http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/

[113] Die Fraktion der SPD hat an dieser Stelle ein ergänzendes Sondervotum abgegeben: „Der Gesetzgeber sollte prüfen, ob und inwieweit es Zugangsdefizite gibt und welcher Handlungsbedarf besteht, um auch sozial Schwachen eigenständige Medienbildung und Teilhabe an digitalen Medien zu ermöglichen“. Die Fraktion DIE LINKE. hat ebenfalls ein ergänzendes Sondervotum abgegeben, dem sich die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN anschließt: „Der Gesetzgeber sollte prüfen, ob internetfähige Endgeräte grundsätzlich als Teil des unabweisbaren Existenzbedarfs definiert werden, um auch sozial Schwachen eigenständige Medienbildung und Teilhabe an digitalen Medien zu ermöglichen.“

[114] siehe Anlage 1: Projekte, Initiativen, Institutionen im Bereich der Medienkompetenz.

Kommission die Einrichtung eines interdisziplinären Expertengremiums. Dieses Gremium soll regelmäßig, mindestens alle sechs Monate, über aktuelle Entwicklungen beraten, deren Potenziale und Risiken analysieren, Konzepte für die Reaktion entwickeln und diese dann den in der medienpädagogischen Praxis Tätigen zur Verfügung stellen.

4. Einen mobilen Computer für jede Schülerin und jeden Schüler für neue Bildungskonzepte und neue Lehrmethoden

Der kompetente Umgang mit den neuen Medien muss bereits in der Schule selbstverständlich sein, damit jeder die Chancen der digitalen Gesellschaft nutzen kann.

Doch ist der Alltag an deutschen Schulen heute längst nicht so, dass jeder Schüler über einen eigenen mobilen Computer verfügt, den er mit in den Unterricht nehmen kann. Auch können Lehrer das Internet und die neuen Medien nicht verpflichtend in den Unterricht integrieren, da einige Schüler bislang gar keinen Zugang zu einem PC haben. Ferner gibt es Hinweise darauf, dass Schüler besonders in bildungsfernen Haushalten eher Zugang zu Unterhaltungsmedien bekommen als zu vollwertigen Computern, mit denen sich auch die Wissensangebote des Netzes nutzen lassen. Nicht zuletzt müssen Lehrer mit neuen Medien kompetent und souverän umgehen und brauchen bessere Hilfestellungen für den Einsatz von Computern im Unterricht.

Die Enquete-Kommission empfiehlt vor diesem Hintergrund die Ausstattung aller Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufen I und II mit mobilen Computern. Dabei wäre eine Ausstattung mit freier Soft- und Hardware wünschenswert, sofern es wirtschaftlich sinnvoll ist. Außerdem sollten Lehrer und Schüler diese, statt ausschließlich in separaten Computerräumen, ortsunabhängig sowie fächerübergreifend nutzen und verstärkt in jegliche Unterrichtsformen integrieren können. Schüler hätten auf diese Weise ihre Lernumgebung stets dabei.

Eine Ausstattung der Schülerinnen und Schüler mit aktueller Hardware und die permanente Verfügbarkeit moderner digitaler Technik sind somit wünschenswert und sollten weiterhin vorangetrieben werden. Dies muss aber untrennbar mit didaktischen Qualifizierungsmaßnahmen für Pädagogen und einer medienadäquaten Bildungsoffensive einhergehen. Digitale Technik in Schulen braucht ein neues Lehr- und Lernverständnis, das den neuen Möglichkeiten hinsichtlich vernetzten, kollaborativen Lernens und individueller Wissensaneignung gerecht wird. Internet und digitale Medien haben den Informationszugang und die Kommunikation über Inhalte und das Lernen unumkehrbar und grundlegend verändert.[115]

Die Enquete-Kommission regt zudem Forschungsprogramme durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) an, um untersuchen zu lassen, wie digitale Bildungskonzepte und musterhafte Systemkonfektionen sowie -konfigurationen für den Schul- beziehungsweise Schülereinsatz aussehen können. Es werden weiterhin Forschungsprogramme durch das BMBF angeregt, die musterhafte Nutzungsansätze für Lehrer und Schulen zum Ziel haben.

Die Ergebnisse dieser Forschung stehen allen Ländern zur Ausgestaltung des Programms offen und sollten bundesweit ausgewertet werden. Dabei sollten bestehende Initiativen sowie deren Erkenntnisse in die Überlegungen einbezogen werden. Die Enquete-Kommission sieht hinsichtlich der Anwendung im Unterricht und der Beschaffung der Geräte einen hohen Koordinationsbedarf, der bundesweit zu lösen ist.

Zudem spricht sich die Enquete-Kommission für eine Prüfung steuerlicher Absetzbarkeit von Elternanteilen im Rahmen eines Finanzierungsmodells für mobile Schülercomputer aus.[116] Außerdem muss sichergestellt sein, dass jede Schülerin und jeder Schüler – unabhängig von der sozialen Herkunft – einen gleichwertigen mobilen Computer bekommt.

Neben der entsprechenden personellen Infrastruktur und der Einbindung der technischen Ausstattung in das pädagogische Konzept gehört aus Sicht der Enquete-Kommission dazu mittelfristig auch zwingend die Digitalisierung von Schulbüchern, Lehr- und Lerninhalten sowie deren Zugänglichmachung im Netz beziehungsweise in Intranets. Im Rahmen der Lehrmittelfreiheit ist hier zu prüfen, inwieweit Bund und Länder entsprechende Projekte unterstützen und fördern können.

5. Medienkompetenz durch virale Kampagnen

Neben den klassischen Instrumenten der Medienkompetenz-Förderung sollen auch neue Wege gegangen werden. Mediale und virale Kampagnen – Marketingformen, bei denen Botschaften über soziale Netzwerke und Medien verbreitet werden – können ein Erfolg versprechender Ansatz sein, um Medienkompetenz zu stärken, indem sie über Risiken aufklären oder auf neue Möglichkeiten hinweisen. Die Enquete-Kommission regt daher an, dass die Bundesregierung zu regelmäßigen Diskussionsrunden – gegebenenfalls mit der in Gründung befindlichen Stiftung Datenschutz – einlädt und thematische Schwerpunkte für solche medialen und viralen Kampagnen in einem mindestens sechsmonatigen Turnus erörtert. Dies sollte gemeinsam mit den Akteuren der klassischen und neuen Medien geschehen.

---

[115] Die Fraktion der SPD sowie die Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz und Alvar Freude haben an dieser Stelle ein Sondervotum abgegeben. Siehe Kapitel 6 Sondervoten und Ergänzungen.

[116] Sondervotum der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN sowie der Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz und Alvar Freude: „Gerade Menschen mit geringem Einkommen, die ihren Kindern keinen PC kaufen können, würden davon am wenigsten profitieren. Der allgemeine Ausbildungsbedarf von Kindern ist mit dem Kinderfreibetrag abgegolten. Schulen könnten bei Anschaffungen sicherstellen, dass die Geräte mit der richtigen Software bespielt werden, die Qualitätskontrolle gewährleisten und als Großabnehmer gute Angebote bekommen, die sie an die Eltern weiterreichen können. Das bringt im Zweifel mehr als eine steuerliche Regelung."

6. Zielgerichtete Elternarbeit

Vor allem Eltern sind eine zentrale Zielgruppe für die Medienkompetenzarbeit, die noch mehr als bislang in den Fokus rücken sollte. Es bedarf auch für die Medienbildung der Eltern eines zielgerichteten Plans, wie, wo und mit welchen Mitteln ihnen Angebote gemacht werden können. Hilfreich wäre beispielsweise eine gute Mischung an zentralen Informationsmöglichkeiten und dezentralen Maßnahmen, bei denen auf die spezielle Situation in der jeweiligen Kommune eingegangen werden kann.[117]

7. Initiativen für Elternarbeit

Die Enquete-Kommission setzt sich für die Ausweitung von gezielter Elternberatung, insbesondere über niedrigschwellige Angebote, ein. Hierzu können beispielsweise Informationsabende in Kindertagesstätten und Schulen dienen. Zudem regt die Enquete-Kommission ein „Bündnis für elterliche Medienbildung“ an. Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien wird gebeten, gemeinsam mit den Spitzenverbänden der Wirtschaft zu ergründen, ob eine Initiative für ehrenamtliche Elternarbeit durch die Unternehmen gegründet werden kann. Ziel soll es sein, dass IT-Experten in den Unternehmen aufgerufen werden, ehrenamtliche Elternabende in Schulen oder Kindertagesstätten zu übernehmen. Um den Aufwand für die Ehrenamtlichen überschaubar zu halten, sollen beispielsweise Mustervorträge zentral erarbeitet und zur Verfügung gestellt werden.

8. Kindgerechte Angebote im Internet stärken

Einen wichtigen Beitrag und zugleich auch eine wichtige Hilfe für Eltern leisten Empfehlungsportale und kindgerechte Suchmaschinen wie fragFINN oder Blinde Kuh. Diese Angebote sind so weiterzuentwickeln und technisch auszubauen, dass die Attraktivität gewährleistet und die Auffindbarkeit qualitativ hochwertiger Inhalte sichergestellt bleibt. Weiterhin sind dafür notwendige Kinderseiten auszubauen – auch und gerade im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie in den Verlagen.

9. Lehrerfortbildung und Einrichtung medienpädagogischer Lehrstühle an Hochschulen

Ein wesentliches Defizit in Deutschland besteht darin, dass in der Aus- beziehungsweise Fortbildung der Lehrerinnen und Lehrer Medienbildung bisweilen eine nur untergeordnete Rolle spielt. Der pädagogisch sinnvolle Einsatz von interaktiven Medien und auch die Vermittlung von Medienkompetenz werden hier nach wie vor eher selten thematisiert. Dies kann auch durch bestehende Fortbildungsangebote nur unzureichend aufgefangen werden.

Es müssen an dieser Stelle dauerhaft strukturelle Voraussetzungen geschaffen werden. Dazu gehört, dass hinreichend medienpädagogische Lehrstühle an Hochschulen zur Verfügung stehen, um praxisorientiert, zugleich aber auch mit der Forschung verbunden, Pädagogen auszubilden. Dies ist derzeit noch nicht ausreichend der Fall. Gemeint sind in diesem Zusammenhang jedoch nicht nur Lehrerinnen und Lehrer, sondern auch:

- Erzieherinnen und Erzieher,
- Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter,
- Pädagoginnen und Pädagogen in der Jugendarbeit,
- Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer sowie
- Bibliothekarinnen und Bibliothekare.

10. Stärkere und verpflichtende Verankerung medienpädagogischer Inhalte

Die Enquete-Kommission tritt für die stärkere und verpflichtende Verankerung medienpädagogischer Inhalte in den Lehrplänen aller Schularten ein. Darüber hinaus empfiehlt die Enquete-Kommission eine explizite Aufnahme der Medienpädagogik als Aufgabe der außerschulischen Bildungsarbeit, beispielsweise in Kindertageseinrichtungen, Jugendhäusern, öffentlichen Bibliotheken, Volkshochschulen, Senioren- oder Familienzentren.

11. Förderung des Peer-to-Peer-Lernens

„Die Enquete-Kommission empfiehlt den Ländern, Rahmenbedingungen für selbstständiges, medienbezogenes Handeln zu schaffen. Dabei sind sowohl Räume für formelle, als auch informelle Bildungsprozesse vorzusehen. Gerade im Kontext des Social Web müssen aber vor allem intensiver Angebote des Peer-to-Peer-Lernens gefördert werden. Es sind Orte und Strukturen nötig, die Freiräume für eigenständiges, selbstgesteuertes und interessengeleitetes Handeln schaffen.“[118]

12. Computerspielpädagogik als Aufgabe der Medienpädagogik

„Die Enquete-Kommission empfiehlt den Ländern, die Computerspielpädagogik als eine notwendige Aufgabe für die Medienpädagogik anzusehen und intensiv zu fördern. Computerspiele sind zum einen als Medien und zum anderen als Spiele zu charakterisieren. Die Bedeu-

[117] Anmerkung: Vorbild kann hier beispielsweise die Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein sein, die gemeinsam mit dem Projektträger TIDE „Eltern-Medien-Lotsen“ ausbildet: http://www.ma-hsh.de/medienkompetenz/ma-hsh-projekte/eltern-lehrer-u.-multiplik./eltern-medien-lotsen.html

[118] Anmerkung: Diese Handlungsempfehlung wurde über die Online-Beteiligungsplattform der Enquete-Kommission aus der interessierten Öffentlichkeit in die Arbeit der Projektgruppe Medienkompetenz eingebracht und von deren Mitgliedern einstimmig sowie unverändert übernommen. Die Projektgruppe hat darüber hinaus auch in andere Kapitel des vorliegenden Textes Anregungen und Vorschläge aus der Öffentlichkeit einfließen lassen. Diese wurden entweder direkt abgebildet und als Zitate gekennzeichnet oder ohne expliziten Verweis auf die Online-Beteiligungsplattform sinngemäß übernommen und in einen komplexeren Sachzusammenhang gebracht.

tung von Spielen für die persönliche Entwicklung und für unsere Kultur ist unumstritten. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, sprechen wir uns für eine fächerübergreifende Etablierung von Medienpädagogik in der Schule und in der Freizeitpädagogik aus, die Computerspiele als Bestandteil der konvergenten Medienwelt und unserer Kultur miteinbezieht.“[119]

5.4 Medienkompetenz-Forschung

Für die Verbesserung von Medienkompetenz in allen genannten Feldern benötigen alle Akteure Wissen auf unterschiedlichen Ebenen, dessen Basis vor allem auch durch Forschungsaktivitäten zu verbreitern ist. Hier sieht die Enquete-Kommission Handlungsoptionen:

1. Durch entsprechende Forschungsprogramme, etwa des BMBF, kann befördert werden, dass sich die Wissenschaft an den Fragen ausrichten kann, die der Medienkompetenz-Förderung in der Praxis dienlich sind. Bislang laufen wissenschaftliche Erkenntnisinteressen und Bedarf der Praxis zuweilen aneinander vorbei.

2. Neben der anwendungsorientierten Forschung wäre weitere theoriegeleitete Grundlagenforschung hilfreich, die ein konsistentes und empirisch prüfbares Konzept von Medienkompetenz hervorbringt. Dabei erscheinen einerseits interdisziplinäre Ansätze sinnvoll, andererseits sollten Anknüpfungspunkte zu internationalen Studien berücksichtigt werden. Zusätzliche Fördermaßnahmen sollten auch Langzeitstudien beinhalten, die typischerweise ohne derartige Förderung nicht leistbar sind. Diese sind jedoch nötig, um Prozesse der Mediatisierung sowie der Mediensozialisation angemessen erfassen zu können.

3. Während zur Nutzung auch neuer Angebotstypen durch Kinder und Jugendliche recht gute Daten vorliegen, fehlt es im deutschsprachigen Raum an vergleichbaren Studien zur Medienkompetenz spezieller Gruppen wie zum Beispiel sozial Benachteiligter, Erwerbsloser, Menschen mit Migrationshintergrund, Älterer oder Menschen mit Behinderungen.

   Weiter fehlt es an Forschung zu den Auswirkungen digitaler Medien auf geistige Fähigkeiten, zum Erwerb digitaler Risikokompetenz, zu wirksamen Methoden der Selbstkontrolle[120] sowie zu den Erfolgen von Serious Game based Learning.

4. Mit Blick auf konkrete Maßnahmen zur Medienkompetenz-Förderung wären zudem Evaluationsstudien wünschenswert, die die Qualität und Nachhaltigkeit entsprechender Programme und Angebote erfassen.[121]

5.5 Weitergehende Leitfragen

Gerade im Bereich Medienkompetenz und Jugendschutz kann Aufgabe der Enquete- Kommission nicht sein, die – überwiegend im Bereich der Gesetzgebungskompetenz der Länder umzusetzenden – abschließenden Lösungen zu finden, sondern vielmehr die richtigen Fragen zu stellen. Es geht darum herauszufinden, ob und gegebenenfalls in welcher Weise das Internet ein Umdenken erfordert.

In Bezug auf Risiken

Im Bereich der Risiken stellen sich folgende Fragen:

1 Welches Leitbild ist im Internet das richtige?

Die Enquete-Kommission sieht Schutz im Internet als Risikomanagement an. Dies ist unter Fachleuten wohl weitgehend unstrittig, dennoch ist es sinnvoll, es noch einmal festzuhalten, da es für das deutsche Recht keineswegs selbstverständlich ist. Rechtliche Regulierung operiert oft mit der Unterstellung, dass es nur ja oder nein, nur Verhinderung von Zugang oder Zugang geben kann. Die Umstellung des Denkens auf Risiken ist folgenreich: So muss der Anspruch, etwa zwischen allen Alterskohorten wie in der Offlinewelt zu differenzieren, auf seine Angemessenheit geprüft werden. Vielleicht ist es ausreichend, für Kinder auf Positiv-Listen basierende sichere Surfräume zu erstellen, wie sie mit dem „Netz für Kinder“ realisiert werden und bei den über 16-Jährigen zu akzeptieren, dass ein weitergehender Schutz (jenseits der Maßnahmen für jugendgefährdende Inhalte) nur unter unverhältnismäßig hohem Aufwand möglich erscheint. Zudem kann es vor diesem Hintergrund eine kluge Strategie sein, sich auf reichweitenstarke Angebote und Portale zu konzentrieren, bei denen Minderjährige ungewollt mit beeinträchtigenden Angeboten in Berührung kommen können. Schließlich bedeutet dies, dass eine Risikominimierungsstrategie alle Akteure umfassen muss, die faktisch Einfluss haben: die Eltern, Erzieher, Bildungseinrichtungen, die Wirtschaft und viele andere mehr.

2 Was genau ist das Ziel des Schutzes?

Sinnvoll ist auch eine Rückbesinnung auf die Ziele von Jugendmedienschutz: Geht es um das ungewollte In-Kontakt-Kommen oder das gezielte Suchen? Davon hängt ab, welche Maßnahmen sinnvoll sind. Letzteres wird bei älteren Jugendlichen nur mit unverhältnismäßig großem Aufwand möglich sein. Zudem ist zu klären, ob es nur um fremde Inhalte oder auch um die Selbstgefährdung, etwa

---

[119] Diese bildungspolitische Forderung wurde von der AG Computerspiele und Pädagogik des Kongresses „Keine Bildung ohne Medien“ (http://www.keine-bildung-ohne-medien.de) über die Online-Beteiligungsplattform der Enquete-Kommission in die Arbeit der Projektgruppe Medienkompetenz eingebracht und von dieser unverändert als Handlungsempfehlung übernommen.

[120] vgl.: Gigerenzer, Gerd: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-F. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-F_-_Stellungnahme_Gigerenzer__Gerd_Prof__Dr.pdf

[121] Ergänzend zu den Punkten 1. bis 4. haben die Fraktion der SPD sowie die Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz und Alvar Freude an dieser Stelle als Punkt 5. den Textbeitrag „Regulierungsziele beim Jugendschutz“ als Sondervotum eingebracht. Die Fraktionen DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN schließen sich diesem an. Siehe Kapitel 6 Sondervoten und Ergänzungen.

durch Preisgabe von Daten geht. Die rechtlichen Konzeptionen orientieren sich vielfach an den Inhalten, in der Praxis wird – vor allem, aber nicht nur bei sozialen Medien – deutlich, dass es auch um das Handeln der Minderjährigen selbst oder Dritter geht, das Risiken auslöst. Wesentliche neue Herausforderungen im Internet sind die Bereiche Mobbing, Abzocke, Datenschutz und technische Sicherheit. Diese wurden bisher kaum adressiert und sollten in Zukunft stärker berücksichtigt werden. Die Rechtsgrundlagen reflektieren dies noch nicht an allen Stellen. Damit ist auch das Verhältnis zum Jugenddatenschutz und Verbraucherschutz angesprochen, das kohärent ausgestaltet werden sollte. Eine klare Zielbestimmung könnte möglicherweise auch helfen zu verhindern, dass nach bedauerlichen Vorfällen, die mit Mediennutzung in Zusammenhang gebracht werden, die hysterischen Ausschläge der Politik zu groß werden.

3 Ist das Internet in besonderer Weise ein Ort der Kommunikationsfreiheit?

Viele der Kontroversen um den JMStV lassen sich darauf zurückführen, dass es unterschiedliche Vorstellungen von der Besonderheit des Internets gibt. Geht man davon aus, dass das Internet in besonderer Weise ein Ort der Kommunikationsfreiheit ist, kann dies rechtliche Folgen haben, etwa, dass bei sonst gleichen Umständen die Abwägung eher in Richtung Kommunikationsfreiheit als Jugendschutz ausschlägt. Juristen sind vielleicht geneigt, dies zunächst für abwegig zu halten, da die Wertigkeit der genannten Rechtsgüter eigentlich unabhängig davon ist, wo man sich gerade befindet – im realen Leben oder im virtuellen Raum. Dennoch scheint es sinnvoll, darüber nachzudenken. Denn es ist durchaus möglich, dass Kommunikationsbeschränkungen in diesem Kommunikationsraum größere überschießende Effekte haben als anderswo, etwa bei traditionellen Medien. Beide Seiten operieren hier bislang auf der Ebene der Behauptung. Insofern bedarf es auch weiterer wissenschaftlicher Anstrengungen, die Besonderheiten – oder eben ihr Fehlen – herauszuarbeiten.

4 Wie sieht eine faire Verantwortungsverteilung beim Jugendschutz im Internet aus?

Stimmt die These vom Risikomanagement, so ist entscheidend, wie die Verantwortung verteilt wird, um Risiken zu minimieren. Was kann im Selbstschutz geleistet werden, was können Eltern heute noch beitragen, welche Verantwortung haben Provider und Vermittler sowie alle weiteren Akteure, die für den Jugendschutz wichtig sind? Hier fehlt es zuweilen an einer ganzheitlichen Betrachtung, die auch Wechselwirkungen berücksichtigt. So bedeutet weniger technischer Jungendschutz ein Mehr an Verantwortung für Eltern, Erzieher und Lehrer, das dann auch entsprechend durch kompetenzfördernde Maßnahmen flankiert werden müsste.

5 Wie ist das Verhältnis von Schutzmaßnahmen und Kompetenzförderung auszugestalten?

Die Enquete-Kommission hat sich früh darauf verständigt, Schutzmaßnahmen und Förderung nicht in einem Konfliktverhältnis zu sehen. Sie sind zunächst eigenständig, können sich aber auch wechselseitig ergänzen. Dennoch hängt es, dies weist auch der Bericht aus, von der politischen Haltung ab, ob man in bestimmten Fällen Kompetenzförderung für ausreichend hält oder nicht. Ein eher analytisches als politisches Problem ist es herauszufinden, wie man beides kombinieren kann, um zu optimaler Wirkung und zugleich Schonung der betroffenen Interessen zu kommen. Hier ist zu konstatieren, dass bestimmte Schutzkonzepte, die etwa freiwillige Kooperation von Eltern oder Erziehern voraussetzen, auch deren Kompetenz unterstellen müssen. Wo das nicht gegeben ist, kann das ganze Schutzkonzept leer laufen. Diese Stellen zu definieren, ist daher eine bedeutende Aufgabe.

6 Kann verhindert werden, dass der Schutz zwischen die Stühle fällt?

Die gerade durch das technische Medium Internet ermöglichte Konvergenz führt zu Problemen bei der Abgrenzung zwischen dem Anwendungsbereich des Jugendschutzgesetzes und dem des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags. Wie das föderale System diese Konvergenzprozesse bearbeiten kann, ist daher entscheidend. Bislang bleibt jedenfalls zu konstatieren, dass es eher schwerfällig reagiert. Zudem ist ein Zusammenwirken in Bereichen wünschenswert, die zu ganz unterschiedlichen Politikfelder gehören: Schulpolitik, Bildungspolitik, Medienpolitik und Jugendpolitik, um nur einige zu nennen. Diese sind noch wenig koordiniert. Tritt ein neues Phänomen auf, etwa die Interaktion über soziale Medien, ist bislang nicht sichergestellt, dass eine Analyse der Risiken und Potenziale erfolgt und Konzepte für die Reaktion entwickelt werden, die schließlich allen, die diese etwa in schulischer und außerschulischer Bildung benötigen, koordiniert zur Verfügung stehen.

In Bezug auf Teilhabe

Dass sich bei der Teilhabe an internetbasierter Kommunikation weniger Fragen stellen als bei den Risiken, liegt daran, dass Bürgerinnen und Bürger jeden Alters sich diese Potenziale zunehmend selbst erschließen.

1 Wie erkennt man, wo Förderung sinnvoll ist?

Die klassischen Benachteiligungen müssen für die Erschließung des Netzes zur aktiven Teilhabe nicht durchschlagen. So könnte man auf den Gedanken kommen, dass Migrantinnen und Migranten hier generell ein Problem hätten. Tatsächlich aber haben sie, wie in Kapitel 4 beschrieben, aufgrund ihrer Lebenssituation einen hohen Anreiz, sich in Deutschland zu vernetzen, zugleich aber auch mit ihrer Ursprungskultur in Kontakt zu bleiben. Dafür bietet sich das Internet an und wird intensiv genutzt. Deutlich dagegen bleibt, dass finanzielle Bedürftigkeit weiterhin auch tendenziell die Möglichkeiten digitaler Selbständigkeit beschränkt. Dasselbe gilt für den Bildungsstand. Insgesamt fehlt es bislang noch an einem Monitoring, das die Bedarfe für einzelne Gruppen und Lebenslagen systematisch aufdeckt.

2 Auf welchen Ebenen des Zugangs ist anzusetzen?

Digitale Selbstständigkeit setzt voraus, dass auf allen Ebenen Voraussetzungen vorliegen, vom physischen Netzzugang in hinreichender Qualität bis zur intellektuellen Fähigkeit, Informationsangebote kritisch auf ihre Glaubwürdigkeit hin zu prüfen. Handlungsbedarf kann so an ganz unterschiedlichen Stellen entstehen. Der Studienrat auf dem Land kann möglicherweise die Inhalte bewerten, hat aber keinen Breitbandanschluss. Der Student in der Stadt hat Anschluss und hohe technische Kompetenz, relevante Inhalte zu finden, ihm fehlt aber vielleicht die inhaltliche Fähigkeit, Manipulationsrisiken zu erkennen. Medienkompetenz-Förderung muss insofern alle Ebenen berücksichtigen.

3 Kann man sich auf Basiskompetenzen verständigen?

Das Internet ist zu einer Basistechnologie geworden, ohne die viele Potenziale nicht mehr erschlossen werden können. Die digitale Selbstständigkeit aller Bürgerinnen und Bürger ist daher ein wichtiges Ziel. Welche Möglichkeiten und Fähigkeiten generell und für bestimmte Lebenslagen erforderlich sind, lässt sich vermutlich nicht so konkret wie bei einem Warenkorb bestimmen. Dennoch bedarf es einer Konkretisierung, um feststellen zu können, wann staatliche Fördermaßnahmen unabdingbar sind.

Ein kompetenter, gestaltender Umgang mit Medien und dem Internet ist eine Voraussetzung zur Beteiligung des Einzelnen am gesellschaftlichen Diskurs. Medienkompetenz wird damit zum Schlüssel zur gesellschaftlichen Teilhabe in Bildung und Ausbildung, Arbeit, Gemeinwesen und Politik. Medienkompetenz ist eine Basiskompetenz der digitalen Gesellschaft!

6 Sondervoten und Ergänzungen

Kapitel 4 Zielgruppen der Medienkompetenzvermittlung

11 Erwerbslose

Ergänzender Text der Fraktion DIE LINKE.:[122] „Des Weiteren haben Erwerbslose keinen garantierten rechtlichen Anspruch auf eigenen Zugang zum Internet, was ihnen eine eigenständige Medienbildung sowie die Teilhabe an einer digitalen Gesellschaft erschwert. Während bei den Grundsicherungsleistungen (ALG II) der Regelbedarf für Telekommunikation seit dem 1. Januar 2011 die Finanzierung eines Internetanschlusses prinzipiell möglich macht,[123] ist die Erstattung von Anschaffungskosten für netzfähige Hardware im Rahmen von ALG II nicht vorgesehen. Laut einem Urteil des Landessozialgerichts Nordrhein-Westfalen vom 23. April 2010 lässt sich ein ‚Haushalt […] ohne Probleme ohne einen PC führen. Auch sei ein PC nicht für die Grundversorgung mit Informationen erforderlich‘.[124] Ähnlich urteilt das Landessozialgericht Bayern im Dezember 2009, dass die Klage eines ALG II-Empfängers auf Gewährung eines Darlehens für den Kauf eines PC unter anderem mit der Begründung ablehnt, PC gehörten nicht zum unabweisbaren Existenzbedarf.[125] Solange nach gängiger Rechtsprechung Computer nicht zum Existenzbedarf gehören, sind sie entsprechend § 811 Zivilprozessordnung auch pfändbar.“[126]

[122] Die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN schließt sich dieser Ergänzung an.

[123] Anmerkung: Neun Prozent von derzeit 364 Euro, also 32,76 Euro.

Kapitel 5 Handlungsempfehlungen und weitergehende Leitfragen

5.3 Medienkompetenz-Projekte und -Initiativen

Sondervotum der Fraktion der SPD sowie der Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz und Alvar Freude: „In der Praxis mangelt es derzeit leider (noch) oft an solchen digitalen Bildungskonzepten und kompetenten Lehrerinnen und Lehrern. Der weitere Ausbau der Hardwareausstattung oder die Ausstattung aller Schülerinnen und Schüler mit mobilen Computern sind daher nur dann sinnvoll, wenn alle Lehrerinnen und Lehrer damit kompetent und souverän umgehen können und Bildungskonzepte vorliegen, die Computer in den Unterricht integrieren. Ein positives Beispiel für ein medienadäquates Bildungsprojekt ist die Initiative „One Laptop Per Child“,[127] die explizit als Ausbildungsprojekt, nicht als Laptop-Projekt konzipiert ist.“

5.4 Medienkompetenz-Forschung

Im Anschluss an Kapitel 5.4/4. haben die Fraktion der SPD sowie die Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz und Alvar Freude ein Sondervotum eingebracht, das inhaltlich als eigenes Unterkapitel zu betrachten ist. Die Fraktionen DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN schließen sich diesem an.

Sondervotum der Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN sowie der Sachverständigen Dr. Wolfgang Schulz und Alvar Freude:

5. Regulierungsziele beim Jugendschutz

Jugendschutz im Internet ist nach geltender Rechtslage zwar die Aufgabe der Bundesländer, die Enquete-Kommission möchte aber auch vor dem Hintergrund der breiten Diskussion und Bedeutung des Themas zusätzliche konkrete Anregungen geben:

Um zu medienadäquaten Lösungen für das Internet zu kommen, sollte den Besonderheiten eines weltweiten Kommunikationsraumes Rechnung getragen werden. Dabei sollte der Fokus nicht allein auf technische Instru-

[124] zit. nach: http://www.justiz.nrw.de/nrwe/sgs/lsg_nrw/j2010/L_6_AS_297_10_Beschluss20100423.html

[125] vgl.: https://sozialgerichtsbarkeit.de/sgb/esgb/show.php?modul=esgb&id=128020

[126] vgl. auch: http://www.feministisches-institut.de/wp-content/uploads/2010/09/DigitaleSpaltung.pdf, S. 1.

[127] vgl.: http://one.laptop.org/ und http://www.olpc-deutschland.de/

mente und Filterprogramme gerichtet werden. Diese können einen wichtigen Beitrag leisten. Technik kann und darf aber Erziehung und Begleitung nicht ersetzen.

Aus Sicht von Kindern, Jugendlichen, Eltern und Pädagogen werden die wesentlichen Herausforderungen im Internet im Bereich von Mobbing, Abzocke, Datenschutz und technischer Sicherheit gesehen. Dies wurde bisher kaum adressiert und sollte in Zukunft bei den Regulierungszielen stärker berücksichtigt werden.

Auf das Instrument der Netzsperren sollte gänzlich verzichtet und die Möglichkeiten des Selbstschutzes sollten gestärkt werden. Insgesamt sollte beachtet werden, dass Deutschland in der westlichen Welt ein vergleichsweise hohes Online-Jugendschutz-Niveau hat.“

Anlage 1

Projekte, Initiativen und Institutionen im Bereich der Medienkompetenz
(Eine Auswahl*)

Bund/bundesweit beziehungsweise länderübergreifend

- Medienpädagogischer Atlas der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien: http://www.bundespruefstelle.de/bpjm/Jugendmedienschutz-Medienerziehung/Erziehung-Medienkompetenz/medienkompetenz-vor-ort,did=107164.html
- Nationale Initiative Printmedien: http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/Medienpolitik/InitiativePrintmedien/nationale-initiative-printmedien.html
- Deutscher Computerspielpreis: http://deutscher-computerspielpreis.de
- Ein Netz für Kinder: http://www.ein-netz-fuer-kinder.de/gemeinsame_initiative/index.php http://www.fragFINN.de
- Schulen ans Netz e.V.: http://www.schulen-ans-netz.de
- Schau Hin! Was Deine Kinder machen.: http://www.schau-hin.info
- Blinde Kuh (Suchmaschine für Kinderangebote): http://www.blinde-kuh.de
- Jugend Online – medienpädagogischer Service für Jugendinformationen im Netz: Netzcheckers.de – das Jugendportal für digitale Kultur: http://www.netzcheckers.de
- Förderung der Medienkompetenz bei Medienspielen: http://www.spielbar.de
- Projekte zur Filmerziehung: http://www.kinofenster.de; http://www.filmportal.de
- Materialien mit medienpädagogischer Zielrichtung: http://www.bmfsfj.de
  - Broschüre „Ein Netz für Kinder – Surfen ohne Risiko?“
  - Leitfaden „Handy ohne Risiko? Mit Sicherheit mobil – ein Ratgeber für Eltern“
  - Ratgeber „Spiel- und Lernsoftware – pädagogisch beurteilt“
  - Broschüre „Chatten ohne Risiko?“
- Weiterentwicklung der Jugendinformation in Deutschland: http://www.jugendinfonetz.de
- Einrichtung eines medienpädagogischen Bereichs bei der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien: http://www.bundespruefstelle.de
- Studentische Initiative Medienkompetenz 2.0 e.V.: http://medienkompetenz20.de
- Internet-ABC: http://www.internet-abc.de
- Klicksafe.de. Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz: http://www.klicksafe.de
- Jugendschutz.net: http://www.jugendschutz.net
- KIM-Studien/JIM-Studien: http://www.mpfs.de
- Erfurter Netcode e.V.: http://www.erfurter-netcode.de
- Seitenstark e.V.: http://www.seitenstark.de
- Lehrer-Online. Unterrichten mit digitalen Medien: http://www.lehrer-online.de
- Informationssystem Medienpädagogik. Fachportal zur Medien- und Informationskompetenz: http://www.ism-info.de

Länder

Baden-Württemberg

- Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg: http://www.lfk.de/medienkompetenz-fortbildung/projekte-lfk.html

---

* Die Menge der angegebenen Verweise lässt keine Rückschlüsse auf die Anzahl der Projekte in dem jeweiligen Bundesland zu, da zum Teil auf Projektübersichten und zum Teil auf konkrete Projekte verwiesen wird.

noch Anlage 1

- Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg: http://www.kindermedienland-bw.de/index.php?id=3814
- Kooperationspartner der Stiftung Medienkompetenz Forum Südwest: http://www.mkfs.de/links.html
  - Bildungszentrum BürgerMedien: http://www.bz-bm.de
  - connex. Infomagazin für Bürgermedien: http://www.connex-magazin.de
  - handysektor. Sicherheit in mobilen Netzen: http://www.handysektor.de
  - SWR Kindernetz: http://www.kindernetz.de
  - Klicksafe.de. Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz: https://www.klicksafe.de
  - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: http://www.mpfs.de
  - Ohrenspitzer: http://www.ohrenspitzer.de
- Projekte im Bereich Fortbildung:
  - http://www.lfk.de/medienkompetenz-fortbildung/projekte-lfk.html
  - http://www.lfk.de/medienkompetenz-fortbildung/projekte-lfk/projekte-bewerbungstraining.html
  - Trickfilmwettbewerb „Koffer-Trick“: www.koffertrick.de
- Weitere Projekte:
  - Aktion Jugendschutz: http://www.ajs-bw.de/
  - Kinderredaktion „Mikrowelle“: http://www.etage-ulm.de
  - Plattform im schulischen Bereich: http://mediaculture-online.de

- Medienpraktische Projekte aus dem Hörfunk und audiovisuellen Bereich: http://www.soundnezz.de
  - InternetHochschulRadio: http://www.IHR-portal.de/home
  - Informationssystem Medienpädagogik: http://www.ism-info.de

- Aktivitäten der Polizeidienststellen im Bereich Medienkompetenz:
  - http://www.propk.de
  - http://www.chatten-ohne-risiko.de
  - http://www.girlsgomovie.de
  - http://www.black-dog-ev.de
  - http://www.helmholzfilm.com
- Aus- und Fortbildungsmaßnahmen der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg mit den privaten TV-Veranstaltern: http://www.medienring.de

Bayern

- Bayerische Landeszentrale für neue Medien: http://www.blm.de/de/pub/medienkompetenz/projekte.cfm
- Stiftung Medienpädagogik Bayern: http://www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de
- Medienführerschein Bayern: http://www.medienfuehrerschein.bayern.de
- JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis: http://www.jff.de
- Elterntalk: http://www.elterntalk.net
- SchulKinoWoche Bayern: http://www.schulkinowoche-bayern.de
- Jugendmedienschutzkampagne der Bayerischen Staatsregierung: http://www.was-spielt-mein-kind.de
- Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V.: http://www.bayern.jugendschutz.de
- Medienzentrum München: http://www.medienzentrum-muc.de

noch Anlage 1

- Medienzentrum Parabol e.V.: http://www.parabol.de
- MSA – Medienstelle Augsburg: http://www.medienstelle-augsburg.de
- SIN – Studio im Netz e.V.: http://www.sin-net.de
- afk. Aus- und Fortbildungskanäle. Netzwerk für Medienkompetenz: http://www.afk.de
- FLIMMO – Programmberatung für Eltern: http://www.flimmo.de
- FLIMMO – Fachportal Medienerziehung: http://www.flimmo-fachportal.de
- In eigener Regie. Das Förderprogramm für Jugendmediengruppen in Bayern: http://www.ineigenerregie.de
- Schulradio Bayern: http://www.schulradio-bayern.de
- Stiftung Zuhören: http://www.stiftung-zuhoeren.de
- Stiftung Prix Jeunesse: http://www.prixjeunesse.de
- Stiftung Bildungspakt Bayern: http://www.bildungspakt-bayern.de
- Landesmediendienste Bayern e.V.: http://www.mediendienste.info
- Medienpädagogisch-informationstechnische Beratung: http://www.mib-bayern.de
- Serviceangebot des ISB – Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung: http://www.medieninfo.bayern.de
- Objektiv. Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien: http://www.objektiv.abm-medien.de
- Hört Hört!: http://www.hoert-hoert.info
- JuFinale. Bayerisches Jugendfilmfestival: http://www.jufinale.de
- tat:funk: http://www.tatfunk.de
- Treffpunkt Filmkultur e.V.: http://www.treffpunkt-filmkultur.de
- Filmkiste. Filmerziehung im Elementarbereich:
  - http://www.blm.de/apps/documentbase/data/pdf1/FilmKiste-2010.pdf
  - http://www.mediendienste.info

Berlin-Brandenburg

- Medienanstalt Berlin Brandenburg: http://www.mabb.de/medienkompetenz.html
- Medienkompetenzzentrum Berlin: http://www.jugendnetz-berlin.de
- Jugendinformations- und Medienzentren in Brandenburg: http://www.jim.netzchekkers.net
- Landesarbeitsgemeinschaft Multimedia Brandenburg e.V.: http://lag-multimedia.de
- Medienpädagogischer Stammtisch der Berliner LAG Medienarbeit e.V.: http://www.gmk-net.de/index.php?id=50
- Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg: http://www.lisum.berlin-brandenburg.de/sixcms/detail.php/bb2.c.423542.de
- Berliner Jugendserver Spinnenwerk: http://jugendserver.spinnenwerk.de
- Fortbildungseinrichtung BITS 21: http://www.bits21.de
- Medienkompetenz Berlin-Brandenburg e.V.: http://www.mkbb.eu
- Aktion Kinder- und Jugendschutz Landesarbeitsstelle Brandenburg e.V.:
  - http://www.jugendschutz-brandenburg.de/cms/front_content.php?idcat=58
  - http://emt-brandenburg.de/cms
- Weitere Projekte:
  - http://www.metaversa.de
  - http://www.medienwerkstatt-potsdam.de

noch Anlage 1

  - http://www.loewenkind.de
  - http://www.bewegliche-ziele.de
  - http://www.dubistgeschichte.de/
  - http://www.jim-filmfestival.de
- Computerspielemuseum Berlin: http://www.computerspielemuseum.de

Bremen

- Bremische Landesmedienanstalt: http://www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz/projekte.html
- ServiceBureau Jugendinformation:
  - http://www.servicebureau.de
  - http://jugendinfo.de/medienpraxis/
- Landesinstitut für Schule/Zentrum für Medien: http://www.lis.bremen.de
- Blickwechsel e.V.: http://www.blickwechsel.org
- Runder Tisch Bremer Medienkompetenz: http://www.medienkompetenz-bremen.de

Hamburg

- Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein: http://www.ma-hsh.de/medienkompetenz/ma-hsh-projekte/eltern-lehrer-u.-multiplik./pojekte-fr-eltern-lehrer-und-multiplikatoren.html
- Behörde für Kultur und Medien: http://www.hamburg.de/bkm
- Behörde für Schule und Berufsbildung: http://www.hamburg.de/bsb
- Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Hamburg e.V.: http://www.ajs-hamburg.de
- ABC Bildungs- und Tagungszentrum e.V.: http://www.abc-huell.de
- Brakula – Bramfelder Kulturladen e.V.: http://www.brakula.de
- Büro für Suchtprävention Hamburg: http://www.sucht-hamburg.de
- Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V.: http://www.gmk-net.de
- Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Universität Hamburg: http://www.hans-bredow-institut.de
- Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg: http://www.haw-hamburg.de
- Jugendfilm e.V.: http://www.jugendfilm-ev.de
- Jugendinformationszentrum: http://www.hamburg.de/jiz
- Junge Volkshochschule – VHS Hamburg: https://www.vhs-hamburg.de/kurse/kurse-fuer/junge-leute-297
- Landesarbeitsgemeinschaft Jugend und Film, Hamburg: http://www.lag-hh.bjf.info
- Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung: http://www.li-hamburg.de
- Landesjugendring: http://www.ljr-hh.de
- Universität Hamburg, Fachbereich Erziehungswissenschaften, Medienpädagogik und Ästhetische Bildung: http://epb.uni-hamburg.de/de/Medienpaedagogik
- Mediennetz Hamburg e.V.: http://www.mediennetz-hamburg.de
- Radio Funkstark: http://www.funkstark.de
- Sasel-Haus e.V.: http://www.saselhaus.de
- Stadtkultur Hamburg e.V.: http://www.stadtkultur-hh.de/
- Stadtteilwelt: http://www.barmbek-basch.info
- PIF! PC- und Internetführerschein für Kinder: http://www.blickwechsel.org/ueberall_pifhtml

noch Anlage 1

- Jugendfilmwerkstatt, Gemeinwesenarbeit St. Pauli e.V.: http://www.gwa-stpauli.de
- Pilotprojekt „Meine Daten kriegt ihr nicht“: http://www.datenschutz-hamburg.de
- Weitere Projekte:
  - Klickerkids, Verein für medeinpädagogische Praxis e.V.: http://www.jaf-hamburg.de
  - Ohrlotsen, MOTTE: http://www.diemotte.de
  - Medienbox, step 21 – Initiative für Toleranz und Verantwortung: http://www.step21.de
  - Eltern-Medien-Lotsen, Schnappfisch Media – Das Jugendprojekt von TIDE: http://www.tidenet.de
  - Radiofüchse – Das interkulturelle Hamburger Kinderradio: http://das-haus-der-familie.de/; http://www.radiofuechse.de/
- Weitere Projekte in Hamburg und Schleswig-Holstein:
  - http://www.ma-hsh.de/medienkompetenz/ma-hsh-projekte/eltern-lehrer-u.-multiplik./projekte-fr-eltern-lehrer-und-multiplikatoren.html

Hessen

- Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien: http://www.lpr-hessen.de/default.asp?m=86
- Medienprojektzentren Offener Kanal in Kassel, Fulda, Gießen, Offenbach/Frankfurt: http://www.lpr-hessen.de/default.asp?m=2
- Projekte im Bereich der Lehreraus- und -weiterbildung vom Hessischen Kultusministerium, Amt für Lehrerbildung: http://www.hessen.de/irj/HKM_Internet?cid=77721ac75239651aa1f4f09f79e1636b
- Medieninitiative Schule@Zukunft: http://www.schuleundzukunft.de/
- Weitere Projekte:
  - http://dms.bildung.hessen.de/ereignisse/projekte/index.html
  - http://www.medienblau.de
  - http://www.muk-hessen.de/
  - http://www.blickwechsel.org/
  - http://www.horizonte-team.de
  - http://www.filmreflex.de/medienpaedagogik
  - http://www.avipop.de
  - http://www.medienaldente.de
  - http://www.wiesbadener-medienzentrum.de
  - http://www.ev-medienhaus.de
  - http://www.kinderschutzbund-hessen.de/eltern/medienkompetenz.html
  - http://www.bonifatiushaus.de
  - http://www.galluszentrum.de
- Ausbildung im Hochschul- und Fachhochschulbereich: http://www.hmwk-hessen.de/hochschulen_uebersicht.php
- Bildungsserver Hessen: http://mauswiesel.bildung.hessen.de/
- Institut für Medienpädagogik und Kommunikation: http://www.muk-hessen.de

Mecklenburg-Vorpommern

- Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern: http://medienanstalt-mv.de/medienkompetenz/index.html:
- http://www.alm-medienkompetenz.de

noch Anlage 1

- http://www.mekonet.de
- http://www.medienpaedagogik-online.de
- http://www.teachsam.de
- http://www.klicksafe.de
- http://www.promix-online.de
- http://www.tlm.de/gamequiz
- http://www.medienwissen-mv.de
- http://www.juuuport.de
- http://www.medienundschule.inmv.de
- http://www.fragfinn.de
- Medienbildung in Schulen: http://www.bildung-mv.de/de/medien
- Einrichtungen und Institute, die Projekte anbieten:
  - http://www.ifnm.de/neu/ifnm/_medienprojekte.255.html
  - http://lagmedien.inmv.de/wp
  - http://www.film-mv.de
  - http://www.latuecht.de
  - http://www.ev-akademie-mv.de
  - http://www.identityfilms.de
  - http://www.ueaz-waren.de
  - http://www.grevesmuehlen-tv.de/
  - http://www.lohro.de
  - http://www.liwu.de
  - http://www.stic-er.de
  - http://www.jugend.inmv.de
  - http://www.elf-tv.eu
- Ausbildung im Hochschulbereich: Universität Greifswald: http://www.theologie.uni-greifswald.de/studieren/lehrstuehle/ptreligions-und-medienpaedagogik.html
- Universität Rostock: https://www.phf.uni-rostock.de/imd

Niedersachsen

- Niedersächsische Landesmedienanstalt: http://www.nlm.de/medienkompetenz.html
- Runder Tisch Medienkompetenz: http://www.medienkompetenz-niedersachsen.de
- Tag der Medienkompetenz Niedersachsen: http://nline.nibis.de/tag-der-medienkompetenz/menue/nibis.phtml?menid=44
- Institutionen und Verbände, die Projekte anbieten: http://www.aewb-nds.de; www.ljr.de; http://www.blickwechsel.org
- Zentrale, landesweite (und bundesweite) Initiativen:
  - http://www.nlm.de/multimediamobile.html
  - http://www.nlm.de/sicheres-internet.html
  - http://www.juuuport.de
  - http://www.medienpaedagogischeratlas-niedersachsen.de/aktuelles.html

noch Anlage 1

Nordrhein-Westfalen

– Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen: http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz.html
– Internet-ABC der Landesanstalt für Medien NRW für Kinder und Jugendliche (auch in türkischer Sprache): http://www.internet-abc.de
– Medienkompetenzportal: http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/medienpaedagogischer-atlas-nrw.html
– Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NRW e.V. (AJS): http://www.ajs.nrw.de
– Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK): http://www.gmk-net.de/
– IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der BRD e.V.: http://www.ijab.de
– Medienzentrum: http://www.jfc.info
– Grimme-Institut: http://www.grimme-institut.de/html
– http://www.spieleratgeber-nrw.de
– http://www.filmothek-nrw.de

Rheinland-Pfalz

– Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz: http://www.lmk-online.de/medienkompetenz/medienprojekte; http://www.lmk-online.de/medienkompetenz/kooperationsprojekte
– Medienkompetenz Forum Südwest, Projekte: http://www.mkfs.de/index.php?bundesland=2&bildungsniveau=ALLE&typ=3&command=showList&no_cache=1&id=75
– Bildungsserver Rheinland-Pfalz: http://medienkompetenz.rlp.de

Saarland

– Landesmedienanstalt Saarland: http://www.lmsaar.de/medienkompetenz/projekte
– Ministerium für Bildung: http://www.bildung.saarland.de
– Weitere Projekte:
  – http://www.medienladen-saar.de
  – http://www.landesfilmdienste.de
  – http://www.quarternet.de
  – http://www.jugendserver-saar.de
  – http://www.filmbuero-saar.de
  – http://www.streiflichter.net
  – http://www.onlinerland-saar.de
– Medienpädagogische Weiterbildungsmaßnahmen verschiedener regionaler Anbieter:
  – www.saarland.de/landesjugendamt.htm
  – http://vhssaar.erlebe-es.de
  – http://www.keb-saar.de
  – http://www.eva-a.de
– Initiativen:
  – AG Internet (kein Internetauftritt), Federführung LMS
  – http://www.kinderschutzbund-saarland.de.

noch Anlage 1

Sachsen

– Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien: http://www.slm-online.de
– Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle: http://www.saek.de
– SLM Medienmobil: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,235,nodeid,235.html
– Schülerradios: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,237,nodeid,237.html
– Medienpädagogische Förderprojekte: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,145,nodeid,145.html
– Medienpädagogische Einrichtungen: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,37,nodeid,37.html
– Medienpädagogische Initiativen: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,234,nodeid,234.html
– Medienausbildung: http://www.slm-online.de/psk/slmo/powerslave,id,147,nodeid,147.html

Sachsen-Anhalt

– Medienanstalt Sachsen-Anhalt: http://www.msa-online.de/index.php?content=Medienkompetenzzentrum
– Medienmobile: http://www.msa-online.de/index.php?content=Medienkompetenzzentrum&menu=Medienmobile
– Elternabende: http://www.msa-online.de/index.php?content=Medienkompetenzzentrum&menu=Elternabende
– Offene Kanäle und Nichtkommerzielle Lokalradios: http://www.msa-online.de/index.php?content=Buergermedien
– Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt: http://www.jugendschutz.jugend-lsa.de/angebot/angebot.html
– Kinderschutzbund: http://web2.cylex.de/firma-home/deutscher-kinderschutzbund-landesverband-sachsen-anhalt-e-v--1257954.html
– Medientreff ZONE!: http://www.medientreff-zone.de/index.php?menue=angebote
– Trickfilmmobil Köthen: http://www.trickfilmmobil.de/tfm/Beispiele.html
– Pulsschlag: http://www.pulsschlag-online.com/
– GMK Landesgruppe Sachsen-Anhalt: http://www.gmk-net.de/index.php?id=174
– Spikker e.V. (Halle): http://www.spikker.de/html/tv.html
– LAG Jugend und Film Sachsen-Anhalt e.V.: http://www.lagfilm.jugend-lsa.de
– Thalia Theater Halle: http://www.thalia-theater.de/paedagogik
– Aktion Musik/local heroes e.V.: http://www.local-heroes.de
– Landesvereinigung kulturelle Kinder- und Jugendbildung Sachsen-Anhalt e.V.: http://www.lkj-sachsen-anhalt.de/?page_id=6
– Freiwilligen-Agentur Halle-Saalkreis e.V.: http://freiwilligen-agentur.de/?page_id=30
– Werkleitz e.V.: http://www.werkleitz.de
– Landesarbeitskreis Medien Sachsen-Anhalt: http://www.medienstellen.bildung-isa.de/lak.html
– Landesfilmdienst Sachsen-Anhalt: http://www.landesfilmdienst-sachsen-anhalt.de
– Aus- und Fortbildungsangebote im Bereich Medienpädagogik der FHS Merseburg-Querfurt: http://www.hs-merseburg.de/~brandi/
– Otto von Guericke-Universität Magdeburg: http://www.ovgu.de/medienbildung
– Landesinstitut für Schulqualität und Lehrerbildung, Sachsen-Anhalt: http://www.bildung-lsa.de/bildungsland/lisa.html
– Medienkompetenzzentrum: http://www.msa-online.de/index.php?content=Medienkompetenz zentrum&menu=Editorial

noch Anlage 1

Schleswig-Holstein

- Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein: http://www.ma-hsh.de/medienkompetenz/ma-hsh-projekte/eltern-lehrer-u.-multiplik./pojekte-fr-eltern-lehrer-und-multiplikatoren.html
- Netzwerk Medienkompetenz: http://www.schleswig-holstein.de/medienkompetenz
- Aktion Kinder- und Jugendschutz Landesarbeitsstelle Schleswig-Holstein e.V.: http://www.akjs-sh.de
- Der Kreisjugendring Stormarn e.V.: http://www.kjr-stormarn.de
- Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur Schleswig-Holstein: http://www.gmk-net.de/schleswig-holstein
- Kinder- und Jugendkulturhaus Röhre in Lübeck: http://www.kjhroehre-luebeck.de
- Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH): http://www.schleswig-holstein.de//IQSH/DE/IQSH_node.html
- Landesverband Jugend & Film Schleswig-Holstein: http://www.jugendundfilm.de/cms
- Offener Kanal Schleswig-Holstein: http://www.oksh.de
- Schnittpunkt e. V. Forum für Medienerziehung und politische Bildung: http://www.schnittpunkt-ev.de/wb
- SchulKinoWochen Schleswig-Holstein: http://www.schulkinowoche.lernnetz.de/content/index.php
- Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: http://www.datenschutzzentrum.de
- Freiberufliche Medienpädagogen: Uli Tondorf, Henning Fietze
- Ausbildung in Hoch- und Fachhochschule:
  - Fachhochschule Kiel Fachbereich Medien: http://www.fh-kiel.de/index.php?id=39
  - Institut für Medieninformatik und technische Informatik an der Fachhochschule Flensburg (INF): http://www.inf.fh-flensburg.de
  - Institut für Multimediale und Interaktive Systeme der Universität zu Lübeck (IMIS): http://www.imis.uni-luebeck.de
  - Zentrum für Medien- und Informationstechnologien der Universität Flensburg: http://www.kunst-textil-medien.de/medienpaedagogik.html

Thüringen

- Thüringer Landesmedienanstalt: http://www.tlm.de/tlm/medienkompetenz
- Thüringer Bürgermedien: http://www.tlm.de/tlm/buergerrundfunk/ (siehe Projekte Medienkompetenz und Projekte Bürgermedien)
- Weitere Projekte:
  - Landesfilmdienst Thüringen e.V.: http://www.landesfilmdienst-thueringen.de/cms_1/index.php?id=638, http://www.landesfilmdienst-thueringen.de/cms_1/index.php?id=592
- LAG Kinder- und Jugendschutz Thüringen e.V.: http://www.jugendschutz-thueringen.de/
- KI.KA-Trickbox: http://www.kika.de/fernsehen/a_z/t/trickboxx/index.shtml

noch Anlage 1

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (ARD/ZDF)

Eine Auswahl von Programmen und Projekten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Bereich Medienkompetenz*:

- Planet Schule (unter der Federführung von SWR und WDR erstelltes multimediales Angebot des Schulfernsehens mit einer Internetplattform): http://www.planet-schule.de
- dok‘ mal! (WDR; nutzt die Möglichkeiten des Internets, um zu erklären, wie Dokumentarfilme gemacht werden. Am Beispiel von sechs Filmen für beziehungsweise über Kinder und Jugendliche erklärt das Portal, wie Filmemachen funktioniert und warum welche filmischen Mittel eingesetzt werden.): http://www.dokmal.de
- ARD.de-Spezial Medienkompetenz: http://www.ard.de/home/medienkompetenz/-/id=1455040/o98kl7/index.html
- Angebot von Arbeitspaketen für den Einsatz im Schulunterricht: http://www.schlauer.wdr.de
- Zur altersgerechten Förderung des technischen und inhaltlichen Umgangs von Kindern mit neuen Medien:
  - http://kikaninchen.de (ARD und ZDF)
  - http://kika.de (ARD und ZDF)
  - http://www.wdrmaus.de (WDR; Die Seite mit der Maus.)
  - http://tivi.de (ZDF)
- Die Seite mit dem Elefanten (speziell für drei- bis sechsjährige Internetanfängerinnen und -anfänger entwickelt, funktioniert ohne Schrift): http://www.wdrmaus.de/elefantenseite/
- „Lilipuz macht Schule“ (medienpädagogisches Projekt des WDR Hörfunk; Radiomacher produzieren einmal pro Woche in einer Grundschule mit Kindern und Lehrern zusammen ein Hörfunkprogramm und senden aus dem Klassenzimmer.): http://www.lilipuz.de/
- Zapp plus (NDR): http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/zappplus/index.html
- Stiftung Zuhören (medienübergreifende Vermittlung inhaltlicher und technischer Kompetenzen; Träger sind der BR, HR und NDR sowie die Landesmedienanstalten der beteiligten Länder.): http://www.stiftung-zuhoeren.de/
- Bildungsprojekte des Bayerischen Rundfunks: http://www.br-online.de/unternehmen/bildungsprojekte-DID1195677436585607/
- Medienkompetenz Forum Südwest (Beteiligung des SWR): http://www.mkfs.de/
- Jährliche Jugendmedienschutztagung der Jugendschutzbeauftragten der ARD und des ZDF gemeinsam mit der Medienarbeit der evangelischen und katholischen Kirche.
- Klangkiste (führt Kinder an klassischen Musik heran): http://www.klangkiste.wdr.de
- Jugendradio 103.7 Unser Ding (SR; z. B. Themenwoche Cyber-Mobbing oder Unser Ding-Schultour): http://www.unserding.de

Quellen:

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien;

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg/Stuttgart;

Bayerische Landeszentrale für Neue Medien/München;

Medienanstalt Berlin-Brandenburg/Berlin;

Bremische Landesmedienanstalt/Bremen;

Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien/Kassel;

---

* Hinweis: Die Vermittlung von Medienkompetenz wird vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht als isolierter pädagogischer Ansatz verstanden, sondern entsprechend des Programmauftrags als Querschnittaufgabe in allen Programmen.

noch Anlage 1

Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein/Norderstedt;
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern/Schwerin;
Niedersächsische Landesmedienanstalt/Hannover;
Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen/Düsseldorf;
Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz/Ludwigshafen;
Landesmedienanstalt Saarland/Saarbrücken;
Sächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien/Leipzig;
Medienanstalt Sachsen-Anhalt/Halle;
Thüringer Landesmedienanstalt/Erfurt;
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (ARD/ZDF).

Anlage 2

Öffentliche Anhörung „Medienkompetenz" der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft

Die Enquete-Kommission veranstaltete am 13. Dezember 2010 eine öffentliche Anhörung zum Thema „Medienkompetenz". Die Sitzung fand von 13.00 bis 17.00 Uhr statt und wurde im Internet live übertragen. Als externe Sachverständige hörte die Enquete-Kommission folgende Personen:

– **Appelhoff**, Mechthild
  (Bereichsleiterin Medienkompetenz und Bürgermedien der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen),
– **Aufenanger**, Univ.-Prof. Dr. Stefan
  (Universität Mainz, AG Medienpädagogik/Institut für Erziehungswissenschaft),
– **Demmler**, Kathrin
  (Direktorin beim Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis),
– **Ertelt**, Jürgen
  (Projektkoordinator Jugend online IJAB, Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V.),
– **Gapski**, Dr. Harald
  (Grimme-Institut Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH),
– **Gigerenzer**, Prof. Dr. Gerd
  (Direktor Max-Planck-Institut für Bildungsforschung),
– **Gröschel**, Philippe (VZnet Netzwerke Ltd.),
– **Jantke**, Prof. Dr. rer. nat. Dr. sc. nat. Klaus P.
  (Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie – IDMT),
– **Schwaderer**, Hannes
  (Initiative D21 e.V.),
– **Unger**, Thorsten
  (Geschäftsführender Gesellschafter work Zone2 Connect GmbH).

Literatur- und Quellenverzeichnis

Monografien

Bremer, Claudia/Göcks, Marc/Rühl, Paul/Stratmann, Jörg (Hrsg.): Landesinitiativen für E-Learning an deutschen Hochschulen. Medien in der Wissenschaft, Band 57, Münster: 2010.

Gapski, Harald (Hrsg.): Medienkompetenzen messen? Verfahren und Reflexionen zur Erfassung von Schlüsselkompetenzen. München/Düsseldorf: 2006.

Gapski, Harald (Hg.): Medienkompetenz. Eine Bestandsaufnahme und Vorüberlegungen zu einem systemtheoretischen Rahmenkonzept. 1. Aufl., Wiesbaden: 2001.

Gehrke, Barbara (Hrsg.): Ältere Menschen, Neue Medien. Entwicklungschancen für künftige Medienprojekte für Frauen und Männer mit Lebenserfahrung in Nordrhein-Westfalen. Europäisches Zentrum für Medienkompetenz, Marl: 2008.

Grimm, Petra/Rhein, Stefanie/Müller, Michael: Porno im Web 2.0. Die Bedeutung sexualisierter Web-Inhalte in der Lebenswelt von Jugendlichen, Berlin: 2010.

Grimm, Petra/Rhein, Stefanie/Clausen-Muradian, Elisabeth: Gewalt im Web 2.0. Der Umgang Jugendlicher mit gewalthaltigen Inhalten und Cyber-Mobbing sowie die rechtliche Einordnung der Problematik, Berlin: 2008.

Feil, Christine/Decker, Regina/Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei fünf- bis 12-jährigen Kindern. Wiesbaden: 2004.

Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: 2009.

Stiftung Warentest. Feibel, Thomas: Kindheit 2.0 – So können Eltern Medienkompetenz vermitteln. Berlin: 2009.

Süss, Daniel/Lampert, Claudia/Wijnen, Christien: Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: 2010.

Theunert, Helga (Hrsg.): Medienkinder von Geburt an. Medienaneignung in den ersten sechs Lebensjahren. München: 2007.

Treumann, Klaus Peter/Baacke, Dieter/Haacke, Kirsten/Hugger, Kai-Uwe/Vollbrecht, Ralf: Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern. Unter Mitarbeit von Oliver Kurz. Opladen: 2002.

Sammelwerke

Breiter, Andreas/Welling, Stefan: Integration digitaler Medien in den Schulalltag als Mehrebenenproblem. In: Eickelmann, Birgit (Hrsg.): Bildung und Schule auf dem Weg in die Wissensgesellschaft. Münster: 2010.

Bremer, Claudia: Medienkompetenz von Hochschullehrenden im Kontext von Mediengestaltung und dem Erstellungsprozess netzgestützter Lehre. In: Bett, Katja/Wedekind, Joachim/Zentel, Peter (Hrsg.): Medienkompetenz für die Hochschullehre. Münster: 2004.

Erb, Ulrike: Technikgestaltung aus Frauenperspektive. In: Winker, Gabriele/Oechtering, Veronika (Hrsg.): Computernetze, Frauenplätze. Frauen in der Informationsgesellschaft. Opladen: 1998.

Groeben, Norbert: Anforderungen an die theoretische Konzeptualisierung von Medienkompetenz. In: Groeben, Norbert/Hurrelmann, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim: 2002.

Strossen, Nadine: Kommentar zum „Memorandum zur Selbstregulierung von Internet-Inhalten“. In: Waltermann, Jens/Machill, Marcel (Hrsg.): Verantwortung im Internet, Selbstregulierung und Jugendschutz. Gütersloh: 2000.

Treumann, Klaus Peter/Meister, Dorothee M./Sander, Uwe et al.: Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Kompetenzmodell. Wiesbaden: 2007.

Zeitungen/Zeitschriften/Publikationen

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Sonderdruck „Medienkompetenz. Förderung, Projekte und Initiativen der Landesmedienanstalten“ aus ALM-Jahrbuch 2009/2010. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland, Augsburg: 2010.

Baacke, Dieter: Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. In: Medien praktisch, Heft 2/1996.

Gebel, Christa/Wagner, Ulrike: Kinder und Jugendliche im Internet. Ein aktueller Forschungsüberblick. In: Angebote für Kinder im Internet – Ausgewählte Beiträge zur Entwicklung von Qualitätskriterien und zur Schaffung sicherer Surfräume für Kinder. Herausgegeben von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), München: 2005.

Haug, Simone/Gaiser, Birgit: Schnittstellen im E-Learning. Zeitschrift für Hochschulentwicklung, Heft 04/2010.

Jarren, Otfried/Wassmer, Christian: Medienkompetenz – Begriffsanalyse und Modell. merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, Heft 03/2009.

Kissau, Kathrin: Internetnutzung von Migranten – ein Weg zur Integration. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Heft 39/2008.

Müller, Kai W./Wölfling, Klaus: Pathologische Computerspiel- und Internetnutzung. Der Forschungsstand zu Phänomenologie, Epidemiologie, Diagnostik und Komorbidität. In: Suchtmed. Suchtmedizin in Forschung und Praxis 12 (1/2010).

Schriefers, Annette/Bischoff, Sandra: Medienkompetenz. Eine Aufgabe nimmt Gestalt an. Schriftenreihe der Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien Hessen, Band 16, München: 2002.

Wagner, Ulrike/Eggert, Susanne: Quelle für Information und Wissen oder unterhaltsame Action? Bildungsbenachteiligung und die Auswirkung auf den Medienumgang Heranwachsender. In: merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, Heft 05/2007.

Wopfner, Eva: Ältere Menschen und Internetnutzung. Diplomarbeit, Innsbruck: 2006. Online abrufbar unter: http://medienpaedagogik.kaywa.com/files/aeltere%20menschen%20und%20internetnutzung.pdf

Öffentliche Anhörungen/Schriftliche Stellungnahmen/Bundestagsdrucksachen

(Die Onlinequellen wurden zuletzt am 27. September 2011 abgerufen.)

Aufenanger, Stefan: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-I. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-I_-_Stellungnahme_Univ_-Prof__Dr__Aufenanger.pdf

Demmler, Kathrin: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-B. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-B_-_Stellungnahme_Demmler.pdf

Deutscher Bundestag: Antrag der Fraktionen CDU/CSU, SPD, FDP und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN. Einsetzung einer Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“. 3. März 2010, Bundestagsdrucksache 17/950.

Ertelt, Jürgen: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-C. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-C_-_Stellungnahme_Ertelt.pdf

Gapski, Harald: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-D. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-D_-_Stellungnahme_Gapski.pdf

Gigerenzer, Gerd: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-F. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-F_-_Stellungnahme_Gigerenzer__Gerd_Prof__Dr.pdf

Schwaderer, Hannes: Stellungnahme in der öffentlichen Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Ausschuss-Drucksache 17(24)014-E. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/A-Drs__17_24_014-E_-_Stellungnahme_Schwaderer.pdf

Öffentliche Anhörung „Medienkompetenz“ der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft des Deutschen Bundestages am 13. Dezember 2010. Kurzprotokoll 17/8. Online abrufbar unter: http://www.bundestag.de/internetenquete/dokumentation/Sitzungen/20101213/index.jsp

Onlinequellen

(Zuletzt abgerufen am 20. September 2011.)

http://de.wikipedia.org/wiki/Botnet

http://eltern.medienkompetenz.rlp.de

http://www.bildung.at/files/downloads/Qualitaetskriterien_E-Learning.pdf

http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Connected_Worlds_Extranet.pdf

http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf

http://www.e-cademic.de/data/ebooks/extracts/9783830922421.pdf

http://www.elternundmedien.de

http://www.eukidsonline.de

http://www.eukidsonline.de/index_erweitert.html#meldung

http://www.feministisches-institut.de/wp-content/uploads/2010/09/DigitaleSpaltung.pdf

http://www.fk-reha.uni-dortmund.deKoerperbehinderten/cms/de/Aktuelles/Computerkurs-Bethel/index.html

http://www.gmk-net.de

http://www.hamburg.de/hamburger-netbook-projekt/

http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/563

http://www.initiatived21.de

http://www.intelec.uni-passau.de/studi_befragung_ws0708_teil5.0.html

http://www.justiz.nrw.de/nrwe/sgs/lsg_nrw/j2010/L_6_AS_297_10_Beschluss20100423.html

http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/

http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/?page_id=63

http://www.laenderkonferenz-medienbildung.de/LKM-Positionspapier.pdf

http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz/Foerderung-der-aus-und-fortbildung/qualifizierungsangebot-journalistische-recherche-im-internet.html

http://www.ma-hsh.de/medienkompetenz/ma-hsh-projekte/eltern-lehrer-u.-multiplik./eltern-medien-lotsen.html

http://www.medienarbeit-nrw.de/cms-veranstaltungen/maerz-2011/

http://www.mekonet.de/t3/fileadmin/fachtagung/0601/hasenkox.pdf

http://www.mpfs.de/index.php?id=181 (*JIM*-Studie)

http://www.mpfs.de/index.php?id=192 (*KIM*-Studie)

http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf10/KIM2010.pdf

http://one.laptop.org/und http://www.olpc-deutschland.de/

http://www.w3.org/PICS/

https://sozialgerichtsbarkeit.de/sgb/esgb/show.php?modul=esgb&id=128020

Englert, Kathrin/Gerbig, Do./Schwarz, Betje: Digitale Spaltung per Gesetz. Das Internet und soziale Ungleichheit im Alltag von Erwerbslosen. Online abrufbar unter: http://events.ccc.de/congress/2010/Fahrplan/attachments/1727_Paper_Digitale%20Spaltung%20per%20Gesetz.pdf

Garfinkel, Simson L.: Good Clean PICS. Hotwired Network, 5. Februar 1997. Online abrufbar unter: http://www.wired.com/science/discoveries/news/1997/02/1867

Livingstone, Sonia/van Couvering, Elizabeth/Thumim, Nancy: Adult Media Literacy. A review of the research literature. On behalf of Ofcom. 2005, London. Online abrufbar unter: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/aml.pdf

Studien/Berichte

Arbeitsgruppe Medienkompetenz: Bericht über Möglichkeiten zur Stärkung der Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen, Eltern sowie Fachkräften in Schulen und in der Kinder- und Jugendarbeit. Ressortübergreifende Arbeitsgruppe Medienkompetenz mit Vertretern der Innenministerkonferenz, Justizministerkonferenz, Jugend- und Familienministerkonferenz, Arbeit- und Sozialministerkonferenz, Kultusministerkonferenz und weiteren Experten, März 2010.

AG ARD Multimedia: ARD-Onlinestudie 1997.

ARD/ZDF-Onlinestudien 1998 bis 2010.

Behörde für Schule und Berufsbildung Hamburg: Hamburger Netbook-Projekt – Sekundarstufen-Schulen. Projektbericht, Dokumentation, Evaluation – Schuljahr 2009/10.

BITKOM: Jugend 2.0. Eine repräsentative Untersuchung zum Internetverhalten von zehn- bis 18-Jährigen. Berlin: 2011. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf

BITKOM: „Internetnutzung auf Platz 2 der populärsten Aktivitäten von Teenagern“. Berlin: 2011. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/de/presse/8477_68089.aspx

BITKOM: „SchülerVZ beliebteste Community bei Teenagern“. Berlin: 2011. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/de/presse/30739_66665.aspx

Bundesamt für Migration und Flüchtlinge: Mediennutzung von Migranten in Deutschland. Working Paper 34, Nürnberg: 2010.

Bundesministerium für Bildung und Forschung. Bericht der Expertenkommission des BMBF zur Medienbildung: Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit. März 2009.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Onlinekompetenz von Migrantinnen und Migranten. Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., Berlin: 2009.

Dialogforum „Medien und Integration“ der Bundesbeauftragten für Migration, Flüchtlinge und Integration. Berlin: 2010. Hochschule der Medien Stuttgart/User Interface Design GmbH: Studie Usability for Kids. 2007.

Initiative D21: Bildungsstudie. Digitale Medien in der Schule – Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner Atlas 2011. Online abrufbar unter: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2011/02/NOA_Bildungsstudie_140211.pdf

Initiative D21: Sonderauswertung zum (N)Onliner Atlas 2008 – Internetnutzung und Migrationshintergrund in Deutschland. Berlin: 2008.

Initiative D21: Digitale Gesellschaft. Die digitale Gesellschaft in Deutschland. Sechs Nutzertypen im Vergleich. Eine Sonderstudie im Rahmen des (N)Onliner Atlas. Durchgeführt von TNS Infratest im Jahr 2010. Online abrufbar unter: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2010/12/Digitale_Gesellschaft_2010.pdf

Initiative D21: IT-Roadmap zur gesellschaftlichen Integration. Ausgewählte Beispiele und Handlungsempfehlungen zum nationalen Integrationsplan. Berlin: 2007.

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis: Fokuspunkte und Optimierungshinweise zum Jugendmedienschutz aus der alltagspraktischen Perspektive. München: 2007.

Jugend online/IJAB: watch your web – Jugendkampagne zur Sensibilisierung im Umgang mit persönlichen Daten im Internet. Projektbericht 2009. Online abrufbar unter: http://www.jugendnetz-berlin.de/ger/start/downloads/watch_your_web_projektbericht.pdf

Jürgen, Fritz/Lampert, Claudia/Schmidt, Jan-Hinrik/Witting, Tanja: Kompetenzen und exzessive Nutzung bei Computerspielern: Gefordert, gefördert, gefährdet. Zentrale Ergebnisse der Studie. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Band 66, Berlin: 2011.

Machill, Marcel/Beiler, Markus/Zenker, Martin: Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online. Abstract, Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Berlin: 2008. Online abrufbar unter: http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Veranstaltungskalender/zus-jourrech_01.pdf

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2010.

Neuberger, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian: Twitter und Journalismus. Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, LfM-Dokumentation Nr. 38, Düsseldorf: 2010. Online abrufbar unter: http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/catalog/downloadproducts/LfM_Doku38_Twitter_Online.pdf

Neuberger, Christoph/vom Hofe, Hanna Jo/Nuernbergk, Christian: LfM-Studie. Twitter als Resonanzraum und Recherchehilfe. Redaktionsbefragung der Universität Münster. Mangelhafte Ausbildung für den Microblogging-Dienst. Münster: 2010. Online abrufbar unter: http://lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Pressemeldungen/LfM-Studie_Twitter_als_Resonanzraum_und_Recherchehilfe_-_Zusammenfassung.pdf

Ofcom/UK Digital: Report of the Digital Britain Media Literacy Working Group. March 2009.

Theunert, Helga/Gebel, Christa: Untersuchung der Akzeptanz des Jugendmedienschutzes aus der Perspektive von Eltern, Jugendlichen und pädagogischen Fachkräften. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München: 2007. Online abrufbar unter: http://www.jff.de/dateien/JFF_JMS_LANG.pdf

Trebbe, Joachim/Heft, Annett/Weiß, Hans-Jürgen: Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 63, Berlin: 2010.

Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf/Deutsches Zentrum für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters: Studie für das Bundesministerium für Gesundheit zum Projekt Beratungs- und Behandlungsangebote zum pathologischen Internetgebrauch in Deutschland, Hamburg: 2010.

Valkenburg, Patti/Peter, Jochen: Social Consequences of the Internet for Adolescents. Universität Amsterdam, 2009.

Winker, Gabriele/Englert, Kathrin/Gerbig, Do./Schwarz, Betje: Die Bedeutung des Internets für gesellschaftliche Teilhabe am Beispiel alltäglicher Praktiken Erwerbsloser. Projekt der Universität Hamburg-Harburg 2009 bis 2011.

Mitglieder der Projektgruppe Medienkompetenz der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft

Vorsitzender: Thomas Jarzombek (MdB, CDU/CSU)

Wissenschaftliche Mitarbeiterin: Dr. Franca Wolff

Stimmberechtigt:

Blumenthal, Sebastian (MdB, FDP)

Jarzombek, Thomas (MdB, CDU/CSU)

Özoğuz, Aydan (MdB, SPD)

Ring, Prof. Dr. Wolf-Dieter (Sachverständiger)

Rößner, Tabea (MdB, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Schulz, Dr. Wolfgang (Sachverständiger)

Simon, Nicole (Sachverständige)

Sitte, Dr. Petra (MdB, DIE LINKE.)

Tauber, Dr. Peter (MdB, CDU/CSU)

weitere Mitglieder:

Beckedahl, Markus (Sachverständiger)

Freude, Alvar C. H. (Sachverständiger)

Gorny, Prof. Dieter (Sachverständiger)

Hofmann, Dr. Jeanette (Sachverständige)

Kurz, Constanze (Sachverständige)

Osthaus, Dr. Wolf (Sachverständiger)

padeluun (Sachverständiger)

Rohleder, Dr. Bernhard (Sachverständiger)

von Notz, Dr. Konstantin (MdB, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin, www.heenemann-druck.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.betrifft-gesetze.de
ISSN 0722-8333